ENTREVISTA
Celso Pansera, da ABDE, diz que políticas para a indústria devem ser baseadas no modelo do agronegócio

CALOTE FACILITADO
Sugestão de Rodrigo Pacheco para aliviar débito dos estados eleva em R$ 462 bilhões a dívida da União

OLIMPÍADA DAS MARCAS
Ações de empresas nos Jogos de Paris vão movimentar US$ 12 bi, valor 56% superior à Rio-2016

ISTOÉ Dinheiro

A volta por cima da Casas Bahia

"A estratégia é gerar lucro para depois crescer"

RENATO FRANKLIN
CEO do Grupo Casas Bahia

Com dívida de R$ 4,1 bilhões, varejista põe em prática um plano que vai na contramão dos concorrentes ao diminuir a operação digital, priorizar a abertura de centenas de lojas físicas e apostar no fortalecimento do seu famoso crediário

INÊS 249

UMA REFORMA MAL-ACABADA

Já se sabia desde o início que a Reforma Tributária em gestação – digamos há anos – não sairia como a ideal, atendendo satisfatoriamente a todos. Mas o que está para ser concebido, e já em vias finais de aprovação, vai decerto muito aquém das expectativas mais pessimistas. A reforma está sendo costurada como um saco de gatos, cheia de furos, de ajustes lançados à última hora que desvirtuam o sentido de redução da carga. Há privilégios demais, pesos desproporcionais sobre determinados setores e interesses dos lobbies poderosos prevalecendo. Quem reclama mais está sendo privilegiado. Era previsível. O Brasil parece movido sistematicamente a essa receita.

Na Câmara dos Deputados, comandada pela prepotência de Arthur Lira, perdeu-se a melhor chance de tornar o sistema um pouco mais justo e menos regressivo. Ali, as pressões de quem tem o dinheiro foram exercidas e correspondidas sem pestanejar. A simplificação tributária ficou assim para as calendas. Não existe ainda uma dimensão exata do tamanho dos incentivos ou mesmo sobre a ameaça de cumulatividade com a incidência dos novos impostos. O Brasil segue sendo um dos países campeões mundiais de desigualdade e a reforma, ao que tudo indica, parece não atenuar nada dessa realidade. Infelizmente. De um lado, distorções são anotadas, como a sobretaxa em cima dos refrigerantes, encarecendo essas bebidas a ponto de elas serem mais penalizadas que armas de fogo, com carga fiscal menor. Por outro, segmentos da produção esbravejam. Montadoras reclamam em razão dos carros elétricos terem sido incluídos na lista dos atingidos pelo chamado "imposto do pecado", com tarifas mais salgadas. Curioso mesmo no caso teria sido a interpretação do grupo de trabalho da regulamentação que apontou esses veículos como causadores de poluição ambiental. Eles vieram ao mercado justamente para substituir os movidos a combustíveis fósseis, bem mais poluentes.

Naturalmente, há uma melhora geral no que antes era tido como um manicômio tributário. Avanços, é lógico, serão notados. Ainda no Senado alterações deverão ocorrer. O IVA, imposto sobre valor agregado, adotado em boa parte dos países civilizados, constitui por si só uma vitória, muito embora aqui deva vir com uma alíquota bem pesada. As alterações nas regras do crédito presumido para operações internas do comércio da Zona Franca de Manaus ficaram para averiguação depois. Tudo é lento e demorado e deve estender as negociações até ao menos o final deste ano. Enquanto isso, certos personagens se esbaldam na esbórnia. O presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, foi capaz de conceder um benefício de pai para filho a estados endividados da Federação que já tiveram por inúmeras vezes seus débitos repactuados e continuaram aplicando um calote sistemático. Agora, com a complacência do senador, querem, de novo, empurrar a conta de bilhões para o bolso do pobre contribuinte. É um verdadeiro prêmio aos caloteiros. Um absurdo por si só, que demonstra como se constroem deliberadamente as distorções da máquina. Juntos e misturados, os remendos fiscais do Brasil fazem da reforma uma caricatura de si mesma.

Carlos José Marques
Diretor editorial

 FOTOS: DIVULGAÇÃO | AIRTON EL ADAS

INÊS 249

Índice

CAPA Foto: Claudio Gatti

ORÇAMENTO

CHEGA A HORA DE HADDAD SAIR DA SOMBRA

Depois da relação entre o governo federal, em especial a figura do presidente Lula, com os agentes do mercado ter estremecido na entrada de julho, impulsionando o preço do dólar e derrubando a bolsa, os bons indicadores de inflação e atividade econômica trataram por acalmar os ânimos entre as partes. Nesse gap de calmaria, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, precisará impor as diretrizes econômicas que pregou em campanha, mas que vinham sendo sistematicamente lateralizadas pelo próprio PT. Depois do abalo sísmico, no entanto, as vozes contrárias ao corte de gastos diminuíram o tom e o próprio Lula reforçou o compromisso com a responsabilidade fiscal. Na terça-feira, Haddad afirmou que o governo deve "possivelmente" realizar bloqueios e contingenciamentos no Orçamento. Segundo ele, a decisão de bloquear considerará se as despesas vão ultrapassar o limite de crescimento dos gastos estabelecido pelo marco fiscal, de 2,5%. Já a possibilidade de contingenciar está ligada ao desenrolar das negociações sobre o impasse da compensação da desoneração da folha de salários. "Possivelmente

COMÉRCIO EXTERIOR

Exportações para os EUA batem recorde

As exportações brasileiras para os Estados Unidos atingiram US$ 19,2 bilhões nos seis primeiros meses de 2024, um valor 12% maior que o que foi exportado ao país no primeiro semestre do ano passado. O dado foi divulgado na segunda-feira (15) pela Câmara Americana de Comércio para o Brasil (Amcham), em seu relatório trimestral Monitor do Comércio Brasil-EUA. Em valor absoluto, o Brasil exportou US$ 2,1 bilhões a mais no período, em um desempenho recorde para a série histórica da pesquisa — últimos 10 anos. A Amcham destaca que os EUA foram o mercado para o qual o Brasil mais fez crescer suas exportações no 1º semestre de 2024. Os 12% de alta superam os resultados dos principais parceiros comerciais e blocos econômicos, como a China (3,9%), União Europeia (2,1%) e América do Sul (-24,3%).

AVIAÇÃO

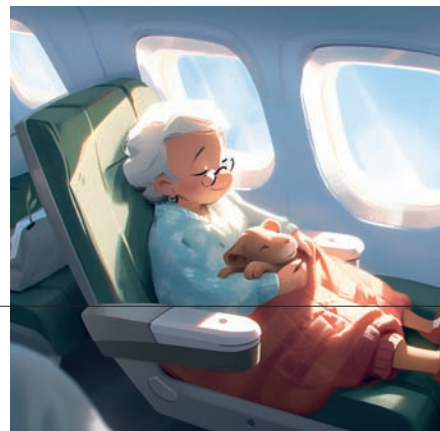
Cabelo branco? Passagem na mão!

O programa Voa Brasil, que prevê proporcionar passagens aéreas de até R$ 200, deverá ter uma primeira fase focada apenas em aposentados. Inicialmente, o governo previa que o público do programa seria mais amplo e também incluiria alunos do Programa Universidade Para Todos (Prouni) – de bolsas universitárias para alunos de baixa renda. Porém, o governo federal quer, primeiro, avaliar o resultado da oferta de passagens. No primeiro ano, devem ser colocados à venda 3 milhões de bilhetes. A previsão mais recente é que o Voa Brasil seja lançado até o fim de julho, mas esse prazo ainda depende de aval do presidente Lula. Para ter direito à compra, o aposentado não pode ter viajado de avião nos últimos 12 meses.

"AUTONOMIA DO BANCO CENTRAL NÃO PRECISA SER DEFINIDA POR LEI, E MEU INDICADO [À VAGA DE ROBERTO CAMPOS NETO] VIRÁ NO MOMENTO CERTO"

LULA, sobre movimento do governo no Congresso para adiar o projeto de lei de autonomia financeira do Banco Central

FOTOS: ETTORE CHIEREGUINI I RICARDO STUCKERT / PR I FREEPIK

INÊS 249

[haverá], o bloqueio, se alguma despesa superar os 2,5% e contingenciamento, no caso de receita, porque estamos com essa questão pendente ainda do cumprimento da decisão do STF sobre a compensação". A estimativa é que o bloqueio fique em R$ 10 bilhões, segundo fontes próximas ao ministro. A data para bater este martelo será a próxima reunião da Junta de Execução Orçamentária (JEO), que deve ocorrer em agosto. Em maio, Lula aumentou os poderes de fiscalização e decisão da JEO, dando ainda mais espaço para Haddad mostrar que ainda tem voz no governo.

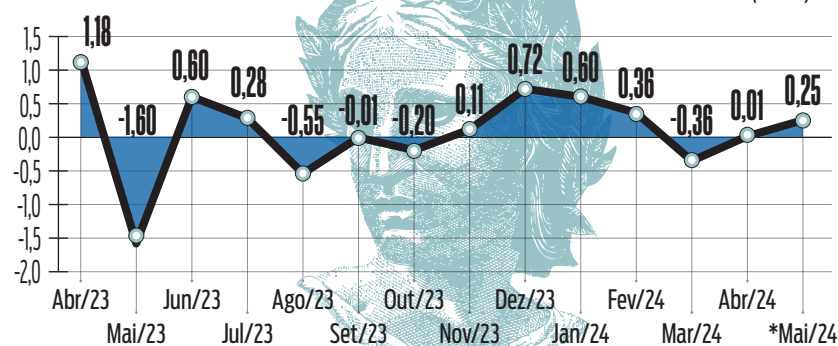
DIPLOMACIA

Itamaraty convoca embaixador do Brasil na Argentina

O Itamaraty convocou o embaixador do Brasil na Argentina, Julio Bitelli, para consultas. Ele está em Brasília e teve uma reunião com o ministro Mauro Vieira (Relações Exteriores). No mundo da diplomacia, a convocação significa que algo não está funcionando bem na interlocução com o outro país. Oficialmente, o objetivo era melhorar a relação com o governo Javier Milei. O presidente Luiz Inácio Lula da Silva e Milei, representantes de diferentes campos ideológicos e políticos, têm uma relação pouco amistosa, apesar de Brasil e Argentina terem um no outro os principais parceiros no continente.

ATIVIDADE ECONÔMICA

PIB surpreende em maio e Haddad já fala em revisão positiva

Maio tinha tudo para ser um mês complicado. Além da redução sazonal da atividade no quinto mês do ano, as enchentes no Rio Grande do Sul e as incertezas no cenário externo formavam um cenário complicado, com parte do mercado acreditando, inclusive, em redução da atividade. Mas não foi o que aconteceu. O IBC-Br, considerada a prévia do PIB e calculada pelo Banco Central, mostrou um incremento de 0,25% da economia brasileira na passagem de abril para maio e 1,2% na comparação anual. O resultado surpreendeu até a equipe econômica de Lula, e o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, afirmou que há grandes chances da Pasta elevar a projeção de crescimento para 2024 – hoje estimada em 2,5%. A demanda mais aquecida que o esperado também foi reportada pela FGV, que estimou o crescimento do PIB em 0,3% em maio ante abril, com alta de 1,9% na média trimestral móvel.

*Prévia do IBC-Br
Fonte: Banco Central

FUNDADOR: DOMINGO ALZUGARAY (1932 - 2017)
EDITORA CATIA ALZUGARAY
PRESIDENTE-EXECUTIVO CACO ALZUGARAY

DIRETOR EDITORIAL CARLOS JOSÉ MARQUES

DIRETOR DE NÚCLEO MARCOS STRECKER

REDATOR-CHEFE HUGO CILO

EDITORES: Alexandre Inacio, Beto Silva e Paula Cristina
REPORTAGEM: Aline Almeida, Allan Ravagnani, Jaqueline Mendes e Letícia Franco

ARTE
DIRETOR DE ARTE: Jefferson Barbato
DESIGNERS: Christiane Pinho e Iara Spina
ILUSTRAÇÃO: Fabio X
PROJETO GRÁFICO: Ricardo van Steen (colaborou Bruno Pugens)

ISTOÉ DINHEIRO ON-LINE
EDITOR EXECUTIVO: Airton Seligman
WEB DESIGNER: Alinne Nascimento Souza

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amélia Scarcello
Assistente: Cláudio Monteiro

MERCADO LEITOR E LOGÍSTICA
Diretor: Edgardo A. Zabala

Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4566 de 2ª a 6ª feira 10h às 16h20, sábado 9h às 15h.
Outras Capitais: 4002-7334
Outras Localidades: 0800-888-2111 (exceto ligações de celulares)
Assine: www.assine3.com.br
Exemplar avulso: www.shopping3.com.br

PUBLICIDADE - Contato: publicidade1@editora3.com.br

Diretora de Publicidade: Débora Liotti - deboraliotti@editora3.com.br; **Gerente de Publicidade:** Fernando Siqueira - Publicidade1@editora3.com.br; **Secretária da diretoria de publicidade:** Regina Oliveira - reginaoliveira@editora3.com.br; **Diretor de Arte:** Pedro Roberto de Oliveira - **Contato:** publicidade@editora3.com.br

ARACAJU – SE: Pedro Amarante · Gabinete de Mídia · Tel.: (79) 3246-4139 / 99978-8962 – **BELÉM – PA:** Glícia Diocesano · Dandara Representações · Tel.: (91) 3242-3367 / 98125-2751 – **BELO HORIZONTE – MG:** Célia Maria de Oliveira · 1a Página Publicidade Ltda. · Tel./fax: (31) 3291-6751 / 99983-1783 –**FORTALEZA – CE:** Leonardo Holanda – Nordeste MKT Empresarial – Tel.: (85) 98832-2367 / 3038-2038 – **GOIÂNIA –GO:** Paula Centini de Faria – Centini Comunicação – Tel. (62) 3624-5570/ (62) 99221-5575 – **PORTO ALEGRE – RS:** Roberto Gianoni, Lucas Pontes · RR Gianoni Comércio & Representações Ltda · Tel./fax: (51) 3388-7712/ 99309-1626

Dinheiro (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda.
Redação e administração: Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo-SP, CEP: 05067-900. Tel.: 11 3618 4200 ·
Dinheiro não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados.
Comercialização e Distribuição: Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, 1212 – São Paulo-SP.
Impressão e acabamento: D'ARTHY Editora e Gráfica Ltda. Rua Osasco, 1086 - Guaturinho, CEP 07750-000 Cajamar - SP

INÊS 249

HOLOFOTES NA ESTRATÉGIA DE R$ 3 BILHÕES EM 3 ANOS

O empresário e multi-investidor curitibano **Marcel Malczewski**, fundador da empresa de tecnologia Bematech (vendida para a Totvs por R$ 550 milhões há dez anos), acaba de assumir uma missão bilionária: o comando da Quartzo Capital. Trata-se da maior gestora multiestratégia do Sul do País, com mais de R$ 1,4 bilhão sob gestão. A empresa nasce da fusão entre TM3 Capital, criada por Malczewski, com a CTM Investimentos. O plano é chegar a R$ 3 bilhões sob gestão em três anos, com escritórios também em São Paulo. "Coragem e planejamento foram fundamentais para chegarmos até aqui", afirmou Malczewski. "Com mais de 20 anos de experiência em diversos setores do mercado, acumulamos uma série de sucessos em um setor altamente competitivo, que recompensa aqueles que trabalham e inovam". O plano, segundo ele, é fortalecer os negócios também em praças como Santa Catarina e Espírito Santo, em paralelo com os escritórios do Paraná e São Paulo. O foco da Quartzo Capital inclui Asset Management (que envolve a administração de fundos de ações, multimercado, previdência, renda fixa, crédito privado, FDICs e fundos imobiliários) e Venture Capital, com foco em investimentos em startups e empresas inovadoras. "A grande novidade é que a Quartzo incorpora a esse portifólio novos serviços como Wealth Management, voltado para a gestão de portfólios personalizados para clientes de alto patrimônio, Corporate Finance, que abrange fusões e aquisições, captação de recursos, operações estruturadas, assessoria estratégica e valuation", afirmou.

NIMBI ACELERA NA EFICIÊNCIA

A Nimbi, empresa especializada em soluções de tecnologia, acaba de implementar um planejamento para a rede varejista MadeiraMadeira. Com o chamado e-procurement (gama de tecnologias que podem ser usadas para automatizar os processos internos e externos associados à aquisição, fornecimento estratégico e compras) foi possível criar uma área de inteligência de compras, com visibilidade de 100% dos processos, gestão através de indicadores de performance, painéis de controle e governança. "A equipe inteira se mostrou muito preparada para uma mudança cultural desta magnitude e, agora, a empresa possui ferramentas para realizar suas operações com eficiência", disse a CEO **Carolina Cabral**.

A FALÁCIA DA INOVAÇÃO

UM ESTUDO DA CONSULTORIA BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) MOSTRA QUE A GRANDE MAIORIA DAS EMPRESAS SABE DA IMPORTÂNCIA DE INOVAR, MAS POUCAS ESTÃO PREPARADAS OU AGINDO NESTE SENTIDO

Fonte: 18º Innovation Systems Need a Reboot/Boston Consulting Group

 FOTOS: THEO MARQUES | DIVULGAÇÃO

BANCO MINEIRO, CRESCIMENTO NORDESTINO

O Banco Mercantil, instituição financeira voltada ao público 50+ e sediada em Belo Horizonte, está acelerando seu crescimento com foco no Nordeste. O banco acaba de abrir novos pontos de atendimento em Maceió e Salvador. Desde junho foram inauguradas seis agências em capitais nordestinas. O objetivo, segundo o vice-presidente **Bruno Simão**, é fortalecer sua estratégia de digitalização e melhorar o atendimento personalizado, além de promover o desenvolvimento econômico e social nas regiões beneficiadas. “O movimento de crescimento e expansão nos levou para regiões nas quais acreditamos que exista potencial e aderência ao modelo de negócios do banco”, afirmou. “A nossa missão é ser o maior e melhor ecossistema financeiro para o público 50+.”

MAIS DE **R$ 2 BILHÕES** EM LANÇAMENTOS

COM MAIS DE 484 MIL METROS QUADRADOS CONSTRUÍDOS E LANDBANK AVALIADO EM R$ 630 MILHÕES, J.A. RUSSI, CONSTRUTORA E INCORPORADORA ESPECIALIZADA EM PROJETOS DE ALTO PADRÃO COM FORTE ATUAÇÃO NO LITORAL NORTE DE SANTA CATARINA, PREPARA SETE GRANDES LANÇAMENTOS. A EMPRESA PREVÊ VENDAS DE MAIS DE R$ 2 BILHÕES ATÉ 2028, EM CIDADES COMO ITAPEMA, BALNEÁRIO CAMBORIÚ E ITAJAÍ. "EM NOSSOS 35 ANOS DE HISTÓRIA, FOCAMOS NA ENTREGA DE PRODUTOS INOVADORES E DE ALTA QUALIDADE, QUE ATENDEM ÀS NECESSIDADES E EXPECTATIVAS DOS NOSSOS CLIENTES", AFIRMOU A CEO DO GRUPO, SUZANA RUSSI CHIAMENTI.

83% das empresas no País veem inovação como prioridade

3% delas apenas estão prontas para isso, atualmente

70% dos executivos brasileiros citam a cultura avessa ao risco como principal obstáculo

48% das companhias fizeram algum esforço para alinhar estratégias de negócios e inovação

12% apenas relatam que os esforços conjuntos entre as áreas estão gerando impacto real

PAYBROKERS ULTRAPASSA **R$ 6,4 BILHÕES**

Uma das maiores empresas em transações financeiras no segmento de iGaming e loterias no mercado brasileiro, a PayBrokers acaba de superar a marca inédita de R$ 6,4 bilhões processados num único mês. “Um dos pontos da legislação é que todos os depósitos e saques de recursos efetuados pelos apostadores devem ocorrer exclusivamente por meio de transferência eletrônica entre uma conta cadastrada do apostador e uma conta transacional da operadora de apostas”, afirmou **Edson Lenzi**, CEO da empresa.

KING&JOE MAIS PERTO DE R$ 100 MILHÕES

A grife de moda masculina King&Joe, com sede em Londrina (PR), deve superar neste ano a marca de R$ 100 milhões em vendas. A empresa fechou 2023 com receita de R$ 92 milhões e, graças à estratégia de lojas próprias e franquias até 2026, vai alcançar resultados inéditos, segundo o CEO **Alan Soares**. Atualmente, a empresa atua somente com lojas multimarcas. Para Soares, parte do crescimento se explica pelos investimentos realizados nos últimos quatro anos, que incluem ERP, gestão de processos, novas tecnologias de orçamento e a automatização de seu parque fabril com máquinas de corte e revisão de tecidos. “Essas inovações são fundamentais para garantir a excelência e eficiência em todos os setores da empresa”, disse.

INÊS 249

“A indústria precisa dos incentivos do agro para crescer”

Ex-ministro de Ciência e Tecnologia defende mais linhas de financiamento para indústria ampliar operações e investir em inovação

Allan RAVAGNANI

Na contramão do crescimento econômico de 2023, o setor industrial brasileiro observou sua participação no Produto Interno Bruto (PIB) recuar para 10,8%, sofrendo a sétima queda em 10 anos, enquanto viu o agronegócio avançar 15% e atingir 7,2% do PIB no passado, e ganhar a alcunha de motor da economia nacional. O crescimento do agro pode ser explicado, em grande parte, pelo aumento da produtividade no campo, aliado aos mecanismos e instrumentos públicos de incentivo ao setor, mas e o declínio da indústria nacional?

Celso Pansera, ex-ministro de Ciência e Tecnologia, atualmente é presidente de duas grandes instituições de fomento, a Associação Brasileira de Desenvolvimento (ABDE) e a Finep, e conversou com a DINHEIRO sobre os problemas do setor, financiamentos para inovação, desenvolvimento, política industrial e falou também porque o agro vem dando certo. Pansera participou do lançamento do programa de industrialização do governo federal, o "Nova Indústria Brasil", que ocorreu em janeiro de 2024 e promete R$ 300 bilhões em financiamentos, com juros de 4% ao ano, para estimular o desenvolvimento industrial até o ano de 2026.

DINHEIRO — Como está a busca por crédito para inovação por parte da indústria?
CELSO PANSERA — Estou positivamente surpreso, pois a demanda por financiamentos está muito alta, tanto na ABDE, na Finep e outras agências de fomento. No ano passado, recebemos R$ 12 bilhões em pedidos e aprovamos R$ 8 bilhões. Já no âmbito do Nova Indústria Brasil, até 15 de julho, foram R$ 15 bilhões em projetos de financiamento para a inovação. Desses 15, a Finep vai entrar com R$ 12,7 bilhões e as empresas com R$ 2,3 bilhões. Geralmente financiamos de 80% a 100%. Quando são empréstimos de até R$ 15 milhões, a ABDE faz direto com os agentes credenciados, acima disso, vai para a Finep.

O Nova Indústria Brasil está tendo boa adesão?
Sim, é um programa diferenciado. Vai emprestar R$ 300 bilhões para indústrias até 2026, com taxas de 4% ao ano. O País precisa desse incentivo, com financiamentos pelo BNDES e Finep. Para obras de infraestrutura o BNDES é quem vai financiar, para inovação, é o Finep. E nós estamos treinando as agências para chegar aos bancos para oferecerem as linhas de inovação às empresas menores. Para inovar, a taxa de juro aplicada é a TR+ algum percentual que viária com o projeto, por exemplo, quanto mais inovador, menor a taxa, de 2% a 4% ao ano. Projetos de combate à fome, digitalização de empresas, descarbonização, saúde, mobilidade para cidades, transição energética e defesa para projetos de soberania nacional pagam menos.

> A política brasileira para o agro reforça a competitividade do setor no mercado interno e externo através do melhor acesso ao crédito, subsídios e investimentos para industrialização"

O que o agro tem para ensinar ao setor industrial?
O caminho que o agro pode indicar e como o governo pode trabalhar com a indústria é disponibilizando recursos. A política brasileira para o agro reforça a competitividade do setor no mercado nacional e internacional através do melhor acesso ao crédito, com subsídios e investimentos para a industrialização, comercialização e transporte da produção. Só o Plano Safra, principal política de crédito do setor, destinou R$ 364,2 bilhões em 2023. Além disso, o financiamento público à inovação no campo, como o realizado há décadas pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), completa o círculo virtuoso da agropecuária nacional. Quanto ao setor industrial, a experiência histórica dos países desenvolvidos mostra que o apoio do Estado à indústria também é a regra, não a exceção. O financiamento adequado gera empregos de qualidade e o aumento da complexidade do tecido econômico, além de impulsionar as exportações de alto valor agregado, o desenvolvimento tecnológico e a inovação, fundamentais para o País ter um crescimento econômico robusto no longo prazo.

Pode explicar melhor a atuação da ABDE e da Finep?
A ABDE é a associação que representa o sistema nacional de fomento. Foi fundada em 1969 e hoje tem 34 associados, sendo os bancos públicos, como Caixa, Banco do Brasil, BNDES, Banco da Amazônia, Banrisul, Banco do Nordeste, além de agências de fomento, como a Finep — que eu também presido — e o Sebrae. Os nossos associados são responsáveis pela maior parte do crédito rural e de infraestrutura do País. Já a Finep é uma empresa pública que tem duas formas de ação, uma como agência de fomento, com editais voltados para o ambiente de infraestrutura científica, com a subvenção de empresas, e a outra ação dela é financiando empresas em projetos de inovação. Os recursos vêm do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDTC), cerca de 95%, e o restante do Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico de Telecomunicações (Funttel), mas vamos começar a acessar o Programa de Mobilidade Verde (Mover), ainda vamos acertar o tamanho com o BNDES.

O crédito para inovação serve para qualquer tamanho de empresa?
Sim, para todas, desde pequenas até as gigantes. Nosso limite é de R$ 500 milhões por empresa, mas quando há um projeto maior, conversamos com o BNDES para dividir o tamanho do financiamento, mas a gente só fomenta projetos de inovação. Recentemente fizemos empréstimos para a Bosch, para a farmacêutica EMS, Embraer, e muitas outras menores. O Brasil tem muitas empresas inovadoras. Vamos

também lançar uma linha de R$ 50 milhões para financiar os laboratórios e bibliotecas do Rio Grande do Sul.

Para reduzir emissão de CO2 também?
Também, inovação engloba a redução de emissão de gases efeito estufa, então nós estamos financiando, por exemplo, uma produtora de etanol de milho em Lucas do Rio Verde (MT), cujo projeto é capturar CO2, onde pretendem enterrá-lo no subsolo, e como existem tecnologias de transformação desse gás em uréia verde, hidrogênio verde, isso pode virar uma mina de ouro para essas empresas no futuro. Também tivemos um contrato com a Volkswagen para aumentar a eficiência de seus veículos híbridos com etanol. A ideia é trabalhar nesse sentido, de reduzir a pegada de carbono.

Financiam startups e empresas disruptivas?
Sim, para as startups temos um programa chamado Centelha, para disseminar a cultura do empreendedorismo inovador em todo o País, utilizando a mobilização e a articulação institucional dos atores nos ecossistemas locais. A parceria com os estados funciona da seguinte forma, nas regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste, para cada R$ 1 que o Estado investe, a Finep aporta R$ 4. Nos Estados do Sul e Sudeste para cada R$ 1 do Estado, nós aportamos mais R$ 2. Lançamos também o programa 'mulheres inovadoras', que é um programa de startups dirigidas por mulheres, selecionaremos cinco startups, e a campeã receberá R$ 100 mil em investimentos.

> "A perversidade dos juros altos é que o empresário tem mais motivação para investir no mercado financeiro do que na expansão do próprio negócio, fazer uma nova fábrica e gerar empregos"

Por que o Brasil se desindustrializou nas últimas décadas?
Foram diversos motivos para isso ocorrer. Aumento da concorrência externa, questões cambiais, falta de investimento do estado. Hoje, ela gera 11% do PIB, no mundo e a média é 19%. Queremos chegar perto desse número, com nossos produtos competindo no exterior, e para isso precisa de mais inovação, e para fomentar a inovação precisa de estado, políticas públicas, mas também teve um crescimento muito forte da área de serviços, do agro, o que é bom.

O Estado está atuando?
Está, mas é uma coisa mais recente, do início dos anos 2000. Veio continuamente, foi interrompido no último governo, mas está retomando. O governo tem trabalhado nesse sentido, investindo na criação de institutos federais, ensino técnico, ampliações de universidades. Precisamos de mais profissionais de física, engenharia, química e a expansão da pós-graduação brasileira é recente, mas mesmo assim o Brasil é 14º com mais publicação de artigos científicos, temos muita inteligência funcionando, uma ciência em avanço. A nossa dificuldade é jogar isso para o sistema produtivo, no Global Innovation Index do ano passado, o Brasil estava em 49º lugar, mas podemos melhorar isso.

É possível que a indústria volte a crescer (proporcionalmente) no PIB Brasileiro?
Não sei se chegaremos aos 19% do PIB, mas é legítimo aspirar que a indústria tenha um aumento de faturamento, existe massa crítica para isso, financiamento para isso, empresários inovadores e um mercado de consumo muito forte, que são Brasil e Mercosul, então a expectativa é que o Brasil de um salto nisso.

Qual a sua opinião sobre o atual patamar da taxa básica de juros, em 10,5% ao ano?
O meu posicionamento é que os juros estão altos e a economia permite mais reduções. É uma perversidade esse sistema, pois fica mais interessante para o empresário investir no mercado financeiro do que expandir seus negócios, investir em uma nova fábrica. O Lula tem um discurso correto nessa questão dos juros porque atrapalha a economia como um todo, aumenta a dívida pública e afeta as empresas. Se olharmos a bolsa de São Paulo e compararmos com a bolsa de Nova York, por aqui, entre as dez maiores empresas, pelo menos cinco delas são do sistema financeiro. Já nos Estados Unidos, eram do setor industrial, que agora está mudando para o setor tecnológico, pois há um benefício em investir nelas.

O Brasil pode aproveitar o momento de transição energética do mundo para baixo carbono e assumir a vanguarda dessa tendência?
Sim, em algumas áreas o Brasil está muito bem posicionado, como produção de motores eficientes, produção de aplicativos para gestão de empresas, temos a WEG, a Embraer, muitas outras empresas de ponta. O País poderá, em pouco tempo, produzir satélites de baixa altitude, na área de defesa, temos muita capacidade, na saúde, até 2030, 70% do consumo do SUS será produzido no Brasil, hoje são 45%. No tratamento do câncer, o Brasil desenvolve projetos muito avançados. Um tratamento desenvolvido pela USP de Ribeirão Preto, que custa R$ 2 milhões por paciente, mas que tem uma remissão do câncer de quase 100% em vários casos, agora já tem uma linha financiada pela Finep, SUS e Butantã, que vai dar escala a esse tratamento, trabalhando com a Fiocruz, para reduzir os custos. Em BH há o centro nacional de vacinas, que é uma área que o Brasil está avançando muito, também no transplante com órgãos de animais, então nós temos muito a oferecer para o mundo. Mas, de fato, para continuar inovando, o Estado precisa aportar recursos de forma perene.

VISIONÁRIO, REALIZADOR E INSPIRADOR:

Pautado na excelência, Fernando Costa consolidou-se no empreendedorismo como sinônimo de qualidade e dedicação

Um *self-made man*, é o termo que refere para pessoas que alcançam o sucesso superando desafios e solidificando suas carreiras com base no próprio esforço, dedicação, talento e habilidade. Fernando Costa é considerado um self-made man do empreendedorismo, é advogado sócio do Escritório Naves & Advogados Associados, especialista e mestre em direito empresarial e tributário, professor consolidado que já ajudou e impactou na vida de milhares de alunos com sua sapiência e expertise no direito, conferencista e autor de inúmeros artigos jurídicos.

Atua ainda no mercado imobiliário de luxo com a FRSC, empresa que realiza empreendimentos de alto padrão com projetos que tem se destacado por sua ampla rede de parcerias estratégicas, com arquitetos renomados, urbanistas, paisagistas, consultores, engenheiros, designers de interiores, garantindo assim aos seus clientes o que há de melhor e mais contemporâneo no mercado.

Fernando construiu uma carreira que chama a atenção por suas habilidades de transformar desafios em vitórias significativas e oportunidades em estratégias. No jurídico e no empreendedorismo é consolidado como um case de sucesso no Brasil. "Me considero um empreendedor incansável, sempre em busca da excelência e no melhor para os meus clientes em todo e qualquer projeto que esteja realizando", disse.

Fernando tem uma carreira jurídica de sucesso com um exclusivo mailing de clientes, composta pelas mais importantes e renomadas empresas regionais, nacionais e multinacionais, que confiam as soluções jurídicas de suas atividades e de seus sócios ao escritório, clientes considerados especiais e a 'alfaiataria' do direito.

Assim como advogado, Fernando também tem se destacado no mercado de luxo, é o idealizador do Condomínio Fazenda Canoa, projeto da FRSC, onde ele é CEO e FOUNDER da empresa, que se tornou referência de sucesso no Brasil e no exterior. A FRSC é uma holding que investe em desenvolver projetos de excelência no eixo Goiânia - Anápolis - Brasília. A Fazenda foi esculpida no topo do planalto central e às margens do Lago Corumbá IV. A primeira Etapa do projeto foi o Condomínio Reserva, com 486 lotes de 700 a 1.200 m², para segunda moradia. Atualmente, lançaram a Etapa Casas Canoa, projetos de casas de campo assinados por renomados arquitetos, projetos únicos, nas raízes do Cerrado.

"Escolhi enraizar meus projetos no eixo Goiânia - Anápolis – Brasília para consolidar e deixar um legado de serviços e empreendimentos pelo potencial econômico da região, que é o maior e mais importante no corredor econômico do Centro Oeste. Sou filho dessa região, com fortes ligações dos meus antepassados que ajudaram na construção desse eixo histórico, e como forma de gratidão devolvo para essa minha localidade tudo que aprendi e vivenciei em minha vida, tanto no Brasil quanto em outros países. O Centro Oeste é uma macro região econômica que possui uma grande fatia do PIB nacional. Estamos no coração do Brasil e valorizo muito esse lugar, que é histórico e rico pela natureza. Temos diversos projetos para um futuro breve, que acredito nessa região do país a ser muito promissor", enfatizou o empresário.

Esse empresário visionário é o resultado do esforço, dedicação e habilidade de se relacionar com as pessoas. Seu exemplo inspira todos aqueles que buscam transformar sonhos em realidade, mostrando que com determinação e trabalho árduo, o sucesso é possível. *"O resultado do sucesso da minha carreira é devido a muito trabalho, estudo, habilidade de me relacionar de maneira interpessoal e me conectar com as pessoas certas. Foram oportunidades que sempre aproveitei de liderança, de relações interpessoais, construindo assim parcerias valiosas. Tenho muito orgulho da minha jornada como empreendedor, hoje tenho um mailing de clientes renomados, onde oferto um atendimento de luxo, personalizado e de alta qualidade. Lideramos projetos com segurança e transparência, para criar negócios saudáveis e promissores. Essa abordagem de maneira personalizada e exclusiva tem conquistado a confiança de uma clientela de diversos locais e nacionalidades, composta por empresários dos principais e diversos setores da economia, profissionais liberais, autoridades, investidores etc"*, pontuou.

Com um histórico consolidado em projetos bem-sucedidos, Fernando conquistou um selo de credibilidade e reconhecimento através de sua habilidade em identificar oportunidades únicas e assim vem ganhando cada vez mais notoriedade no empreendedorismo, resultado do talento por ser um empreendedor nato.

Para conhecer mais esse multiempreendedor visionário de sucesso que tem transformado e impactado a vida das pessoas, siga-o nas redes sociais: @fernandorsacosta @frscdesenvolvimento @fazendacanoa

Jornalista: Daniela Duarte

POR ALEXANDRE **INACIO**

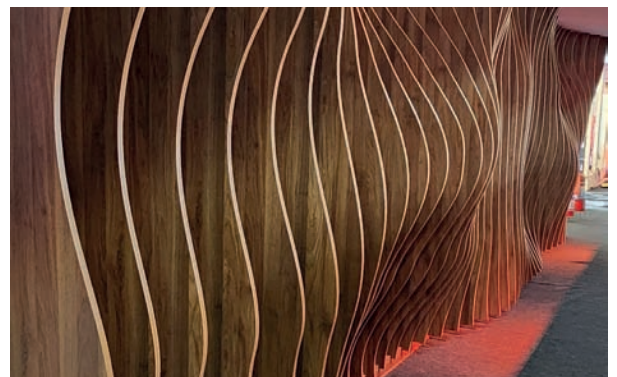
NATURA ENTRA NO CENÁRIO GLOBAL DA S

Líder nacional em ações de sustentabilidade, a Natura entrou no top 3 mundial. A brasileira foi eleita a terceira empresa mais sustentável do mundo pela consultoria internacional GlobeScan. O estudo *Sustainability Leaders 2024* capturou as perspectivas de cerca de 500 especialistas em sustentabilidade de mais de 60 países. Na América Latina, a Natura ficou em primeiro lugar.

A empresa ficou atrás apenas da americana Patagonia, mencionada por um terço dos especialistas, e da britânica Unilever, citada por um quarto dos respondentes. A pesquisa explorou ainda a liderança em sustentabilidade em governos e ONGs, acompanhando questões prioritárias e os desenvolvimentos recentes mais importantes. "Este reconhecimento reflete nosso compromisso com a adoção de práticas sustentáveis em todas as áreas de atuação do nosso modelo de negócio,

VULNERABILIDADE

C&A INVESTE EM **PROGRAMA DA ONU** PARA MULHERES REFUGIADAS

O braço social da C&A vai investir R$ 70 mil no programa Empoderando Refugiadas das Nações Unidas, em conjunto com o Pacto Global no Brasil e ONU Mulheres, que capacita mulheres em situação de vulnerabilidade. O objetivo é garantir empregabilidade para refugiadas, as incorporando economicamente e garantindo a sua mudança voluntária e de sua família para o destino do novo trabalho. Além do apoio financeiro, a empresa irá contratar 20 refugiadas na C&A Brasil. "Nosso apoio é uma demonstração de um compromisso contínuo com a causa", disse Gustavo Narciso, diretor do Instituto C&A.

CENOGRAFIA

YALLA APOSTA NA SUSTENTABILIDADE PARA FATURAR R$ 7 MILHÕES

A agência Netza&CO está criando a Yalla para entrar no bilionário mercado de cenografia, que movimenta cerca de R$ 210 bilhões por ano. Para se diferenciar, a empresa aposta em soluções que reduzam o impacto ambiental, repensando a produção de eventos. Além de usar matérias-primas sustentáveis e modulares, o novo negócio prevê o reaproveitamento de peças. A Yalla já está atendendo grandes contas como Embraer, Honda, Triumph e Volkswagen e projeta um faturamento de R$ 7 milhões em 2024. Para o ano que vem, a meta é registrar um crescimento de 35%.

INÊS 249

SUSTENTABILIDADE

incluindo toda a cadeia de suprimentos. Isso está no cerne da nossa estratégia e estamos constantemente buscando maneiras inovadoras de promover iniciativas regenerativas, éticas e responsáveis para toda a nossa rede de relações. Sabemos que mudanças significativas e estruturais não são feitas de forma isolada e, por isso, queremos inspirar outras empresas e parceiros a se unirem a nós nesta jornada", disse a diretora de Sustentabilidade da Natura, Angela Pinhati.

O estudo da GlobeScan destacou que, para manter a posição de liderança, as organizações precisam transformar a conformidade regulatória em ações tangíveis que maximizem os impactos positivos. Para a consultoria, a colaboração entre autoridades públicas, organizações da sociedade civil e empresas é essencial para enfrentar as questões dinâmicas e multifacetadas da sustentabilidade e garantir um futuro resiliente para todos.

OLIMPÍADA

AMBEV ENTRA EM AÇÃO PARA PRESERVAR OS OCEANOS

A Ambev aderiu à campanha da Mission Blue para preservar os oceanos até 2030. A empresa vai usar a marca Corona Cero, patrocinadora dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos 2024, na campanha que convida o público a vivenciar momentos de ouro nos oceanos por meio de atletas olímpicos, como a surfista Tatiana Weston-Webb e o kitesurfista Martin Dolenc. Como parte da parceria, a marca vai igualar todas as doações recebidas pela Mission Blue. "Corona nos lembra de sair e reconectar com a natureza, trazendo uma nova perspectiva de relaxamento e celebração aos Jogos Olímpicos", disse Clarissa Pantoja, vice-presidente global da marca.

RECICLAGEM

DONA DO BANCO24HORAS RECICLA CAIXAS ELETRÔNICOS

A TecBan, dona do Banco24horas, está aumentando a reciclagem dos tradicionais caixas eletrônicos. De 2018 para 2024, a empresa aumentou de 62,1% para mais de 99% a reciclagem dos cerca de 30 mil equipamentos geridos pela companhia. Nos últimos seis anos, mais de 1,4 mil toneladas de resíduos gerados pelos caixas eletrônicos foram transformados em algum tipo de insumo para diferentes indústrias. Apenas nos cinco primeiros meses de 2024, o processo de remoção, descaracterização e sucateamento dos equipamentos gerou 99,5 toneladas de resíduos.

RESÍDUOS

150 PREFEITURAS DO ESTADO DE SP ADEREM A PROGRAMA AMBIENTAL

O Integra Resíduos, programa da secretaria estadual de Meio Ambiente de São Paulo, já conseguiu a adesão de 150 cidades desde seu lançamento, no último dia 5 de junho. O programa promete melhorar a gestão de resíduos sólidos por meio de parcerias público-privadas e consórcios intermunicipais. Hoje, 185 municípios percorrem mais de 50 quilômetros para destinar seus resíduos em um dos 334 aterros existentes. Com 45,2 milhões de habitantes, o estado gera aproximadamente 40 mil toneladas de resíduos sólidos diariamente, um gasto de R$ 6 bilhões por ano.

LIDERANÇA E O DESAFIO DA SAÚDE MENTAL NAS EMPRESAS

CÉSAR SOUZA
FUNDADOR E PRESIDENTE DO GRUPO EMPREENDA

Infelizmente o Brasil está subindo no ranking dos países no doloroso tema da saúde mental. É o campeão mundial em ansiedade, quarto lugar em depressão, campeão também na síndrome de burnout e ocupa a triste oitava posição na modalidade suicídios, cujo índice entre os jovens tem crescido a uma taxa média anual de 6% desde 2011. No cômputo geral o Brasil está conquistando a medalha de bronze como terceiro pior país do mundo em disfunções dasaúde mental.

Os líderes – nas empresas, nas escolas, na comunidade e nas famílias – precisam entender com maior profundidade as causas desse desafio, pois as consequências são bem visíveis nas diversas esferas do nosso cotidiano.

Nas empresas é claramente perceptível o impacto dos problemas de saúde mental no decréscimo da produtividade e da eficiência operacional, assim como no acréscimo da insatisfação com o trabalho e na deterioração do clima interno.

Por seu turno, todos esses indicadores são decorrentes do aumento de absenteísmo, das licenças médicas com afastamento temporário, dos acidentes do trabalho ocasionados por negligência e déficit de atenção e dos conflitos interpessoais causados por agressividade ou letargia.

Precisamos compreender que as pessoas estão muito angustiadas devido a uma série de fatores internos nas empresas, tais como as disrupções tecnológicas, a entrada de novos concorrentes, o grau de endividamento elevado, as mudanças nos hábitos dos consumidores, as recorrentes divergências entre sócios. Em alguns casos essa situação é agravada pela presença de chefes tóxicos com comportamento de bullying, assédio moral e cobranças inadequadas por metas ou prazos improváveis.

A pressão também pode ser advinda pela percepção de oportunidades de expansão geográfica, lançamento de novos produtos, aquisição de novos negócios, penetração em novos nichos de mercado etc.

Como se todos esses componentes enumerados não fossem suficientes, as pessoas sofrem por problemas oriundos da situação macroeconômica, da mudança brusca das regras do jogo, das catástrofes climáticas, da insegurança causada pelo alto nível de violência urbana, além de vários outros fatores.

Para agravar a situação, alguns são impactados pelos efeitos danosos do uso excessivo das redes sociais que criam a chamada "dissonância cognitiva", principalmente nas pessoas com menor nível de maturidade.

Esse ciclo vicioso se retroalimenta na ansiedade, depressão e burnout, que leva a problemas de conduta pessoal tal como alimentação inadequada, sedentarismo, deficiência no sono, remédios, drogas e afastamento da vida social.

O que fazer? Como os líderes inspiradores nas empresas, escolas, famílias e comunidades devem agir? Longe de apresentar uma lista exaustiva, algumas iniciativas podem contribuir para prevenir ou pelo menos mitigar parcialmente a incidência de disfunções mentais: a construção de um senso de propósito para a empresa, que contribua para dar significado à vida das pessoas; a criação de um ambiente de trabalho mais humanizado que permita a convivência menos opressiva; o cultivo de uma cultura que tenha uma dose saudável de tolerância aos erros e que cobre o cumprimento de resultados de forma mais adequada; o estímulo à inovação como uma espécie de antídoto contra a rotina massacrante de algumas tarefas; o incentivo à sociabilidade que iniba a solidão e permita alguns momentos lúdicos e de descontração no dia a dia do trabalho.

Se desejamos desenvolver empresas mais saudáveis, famílias mais felizes e comunidades mais autossustentáveis, os líderes inspiradores precisam praticar a arte de cuidar melhor de si próprios, dos membros de suas famílias, dos seus liderados, enfim, das pessoas no seu ecossistema. Uma palavra japonesa resume bem essa filosofia: omotenashi!

INÊS 249

O Brasil que Lula vê

PRESIDENTE QUER MONTAR UMA AGENDA COM PROPÓSITOS DE PAÍS ATÉ 2050, REDOBRAR ATENÇÃO À ECONOMIA VERDE E GARANTIR QUES OS PRÓXIMOS GOVERNOS SIGAM AS MESMAS DIRETRIZES. SERÁ?

Paula CRISTINA

É muito comum encontrar nos discursos de Lula falas sobre o que ele espera do Brasil. Planos sobre redistribuição de renda, competitividade da indústria, transição energética e liderança na economia verde são alguns dos temas mais recorrentes quando o petista resolve prospectar o futuro do Brasil. Entre os desejos e a realidade, no entanto, tem a imponderável realidade. E ela pode ser bastante frustrante. Em 2003, quando assumiu sua primeira gestão, Lula previa que, duas décadas depois, o Brasil já teria deixado de ser meramente um exportador de commodity, que estaria entre as cinco maiores economias do mundo e o Mercosul teria estrutura similar à União Europeia

 FOTOS: RICARDO STUCKERT / PR I WASHINGTON COSTA

PLANO DO GOVERNO É APROVEITAR A COP 30, QUE ACONTECERÁ NO BRASIL, PARA LANÇAR AS DIRETRIZES PARA OS PRÓXIMOS 25 ANOS. TEMAS COMO TRANSIÇÃO ENERGÉTICA, INFRAESTRUTURA E DISTRIBUIÇÃO DE RENDA VÃO ESTAR NA PAUTA

(tudo isso pode ser encontrado no discurso do presidente na abertura das 58ª e 59ª assembleias da ONU). Agora, mais experiente, o presidente Lula pretende fazer de seu prospecto de País uma agenda — e regulamentar seus termos por meio de leis.

Trata-se de uma agenda para orientar políticas públicas prioritárias para o Brasil até 2050, versando sobre temas como a tão esperada transição energética, redução do desmatamento e compensação ambiental, além de melhoras nos índice de desenvolvimento humano e de alfabetização. A ideia é desenvolver um texto que funcione como um Plano Plurianual (PPA), mecanismo previsto pela Constituição para quatro anos — e transforma-lo em norte por cinco décadas. "Há o Brasil que vemos, e o Brasil que queremos. É por ele que eu trabalho", afirmou a ministra do Planejamento, Simone Tebet, à DINHEIRO. Segundo a Pasta, temas como clima, infraestrutura, macroeconomia e transição energética também estão na mesa e fazem parte da discussão.

Para avançar com este assunto nos moldes da PPA, o governo teria que colocar o tema no Legislativo, e esse é ponto de inflexão entre os ideiais de Lula para o Brasil e a realidade de um presidencialismo de coalizão — e chefes do Legislativo com poderes de primeiro ministro. Antevendo a potencial defenestração de sua agenda pelo Congresso (exatamente como aconteceu, em 2008, com o Estudo da Dimensão Territorial para o Planejamento) assessores do presidente confirmaram à DINHEIRO que o plano é regulamentar a agenda por meio de medidas normativas, evitando entrar em conflito com o Parlamento. A ideia é trazer soluções no bojo da política pública, em uma ação multiministerial com diretrizes para nortear as futuras gestões da República. Para jogar mais holofote no assunto, o presidente pretende anunciar a nova agenda em um evento internacional. O mais cotado seria aproveitar a 30ª edição da Conferência do Clima (COP), que acontecerá no Brasil em novembro do ano que vem. A assinatura de governadores e prefeitos também serviria para fortalecer a agenda.

NA MARRA
Para evitar que o Congresso não avance com os temas, governo Lula estuda meios de colocar agenda com normas administrativas

FUTURO
Ministra do Planejamento, Simone Tebet diz que diretrizes serão montadas em um esforço conjunto de todos ministérios

LEGISLATIVO Procurado pela reportagem, o presidente da Câmara, Arthur Lira, não se manifestou sobre o assunto, mas deputados aliados ao chefe da Casa disseram ser difícil que o parlamento aprove o que ele chamou de "pauta ideológica travestida de política pública". Em condição de anonimato, um deputado afirmou que o Parlamento já tem discutido pautas de longo prazo, e que Lula quer apenas monopolizar estes temas em ano de eleições municipais. Nas base governista o tom é outro. Airton Faleiro, do Pará, afirmou que o Congresso não se isentará das discussões e sabe da importância de agendas de longo prazo para balizar o crescimento do Brasil. "Sempre somos acionados para resolver pepinos que já estão em curso. Quando somos convidados a fazer parte de um projeto de antecipação, tratamos como se não fosse relevante", afirmou. Simone Tebet, que foi senadora, afirma que o espaço de diálogo no Parlamento continua aberto e o governo tem interesse em discutir agora assuntos que vão fazer diferença na vida da população nas próximas décadas. A discussão, no entanto, reside em entender se o projeto de país que Lula vê, e o que o Congresso vê tem mais similaridades ou diferenças — e a história recente já nos dá indício da resposta. S

INÊS 249

PACHECO ENTRA NA BRIGA ENTRE ESTADOS E UNIÃO

Presidente do Senado tenta mediar conflito e avança com projeto que pode elevar a dívida pública em R$ 462 bilhões — e que não vai resolver os problemas dos governadores

Paula CRISTINA

 FOTO: FABIO RODRIGUES-POZZEBOM/ AGÊNCIA BRASIL

INÊS 249

Há uma frase bastante famosa no Nordeste, que foi nacionalmente reconhecida na voz de Caetano Veloso, que diz "farinha pouca, meu pirão primeiro". E é fácil a assimilação com a centenária briga entre os governos estaduais e o federal. Na narrativa dos governadores, a União eleva constantemente as obrigações de gastos estaduais e ainda ameaça reduzir a arrecadação de impostos — e ousam cobrar a dívida! Pelo lado do governo federal, há má gestão de recursos dos estados e, os empréstimos oferecidos, tinham juros baixíssimos — e ainda assim os governadores reclamam em honrar os pagamentos! Quem está mentindo? Os dois. E os dois também, em parte, dizem a verdade.

Nessa complexidade de interesses, o presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, resolveu que seria o arauto do bom senso e mediaria o conflito. Desenvolveu uma proposta que pode elevar em R$ 462 bilhões a dívida do governo federal e, dentro dos estados, seria um fôlego para durar, no máximo, meia década.

Segundo Pacheco, este é "o maior problema federativo que existe, estados muito endividados, que não têm condição de pagar suas dívidas, com um indexador muito alto. Gera um grande desconforto, um grande problema nacional mesmo". Hoje, a dívida dos estados com a União gira em torno de R$ 700 bilhões, e o plano de Pacheco consiste em congelar o valor principal do saldo devedor (sem descontos); abater até 2% dos juros por diferentes mecanismos, como a federalização de bens e créditos estaduais; reversão de até 1% dos juros em investimentos nos estados e no DF; reversão de até 1% dos juros para aplicação em um fundo que atenderá a todos os estados, endividados ou não; dívidas parceladas em até 30 anos. Também entra na jogada, para reduzir os juros e dar a possibilidade de os estados entregarem ao governo federal ativos recebíveis como créditos judiciais a receber, débitos de contribuintes inscritos em dívida ativa e participações acionárias em empresas públicas.

Atualmente, as dívidas são corrigidas pela inflação + 4% ao ano, ou pela taxa Selic (hoje, em 10,5%) — o que for menor. Os maiores devedores são dos estados de Goiás, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. "O próprio governo federal entende que é necessário uma revisão da fórmula atual, porque ela coíbe a redução das dívidas", afirmou Pacheco. Não foi assim, no entanto, que a equipe do ministro da Fazenda, Fernando Haddad, recebeu a proposta de Pacheco. Tida pela equipe econômica como uma pauta bomba, o texto tem um potencial de renúncia na ordem dos R$ 462 bilhões, mais da metade do bolo sem juros que os estados devem hoje.

ROMBO BILIONÁRIO O cálculo foi feito pelo economista-chefe da Warren Rena, Felipe Salto, e pelo analista Gabriel Garrote. Segundo eles, caso seja plenamente aplicado conforme foi apresentado, o projeto levará ao aumento da dívida e do déficit primário do setor público. Pelas estimativas da Warren Rena, a aprovação levaria a uma perda da União, com juro real zero e desconto de 20%, de R$ 33,5 bilhões, somente em 2025.

Ao longo do tempo, as perdas acumuladas vão precisar ser financiadas, o que poderia elevar a dívida pública em R$ 462,2 bilhões até 2033 — o equivalente a 2,4 pontos percentuais a mais no Produto Interno Bruto (PIB). As projeções dos economistas apontam que o endividamento público atingiria 94,1% do PIB em 2033, um número temerário em um governo que tenta equalizar suas contas. Com o projeto aprovado, esse percentual passaria a ser de 96,5% do PIB. "Com a nova proposta, o que se pretende é não mais pagar os juros, que atualmente são de 4%. Ademais, pretende-se que a dívida possa ser abatida em até 20%, por meio da transferência de ativos."

De acordo com eles, caso as negociações pelo chamado Propag (Programa de Pleno Pagamento de Dívidas dos Estados) sigam a tendência atual, o resultado final será o não pagamento da dívida estadual. "Há agora grande expectativa quanto a medidas concretas direcionadas ao ajuste fiscal. Nesse contexto, trazer à baila uma nova renegociação da dívida estadual, em termos bastante favoráveis aos estados e desfavoráveis à União, tornará ainda mais delicado o atual quadro fiscal geral, diante do esperado efeito da renegociação sobre o déficit primário e a dívida pública."

Segundo os economistas, o aumento da dívida pública só não ocorreria em um cenário em que a renegociação levasse a uma redução da dívida estadual junto a terceiros. Mas a intenção dos estados é utilizar a folga trazida pela redução da despesa financeira no aumento da despesa primária. "A própria proposta leva a essa direção, ao atrelar parte dos juros pagos a menos para investimentos em certas áreas. O que se esperaria, no mínimo, é que os recursos liberados fossem utilizados para quitar dívidas com terceiros, o que poderia compensar o aumento da dívida da União", explicam. Com todas as cartas sobre a mesa, entende-se que a União está certa em não gostar da ideia, e os governadores certos em lutar pela aprovação. Errado mesmo só a celeridade na condução de Pacheco, que prometeu votar o assunto na primeira quinzena de agosto.

INÊS 249

Modalidade com vencimento acima de dois anos e que oferece retorno mais atraente chegou a R$ 500 bilhões negociados na B3 no ano passado e deve seguir em expansão, à frente de outros títulos

Hugo CILO

Em tempos de instabilidade no mercado financeiro, Selic resiliente em dois dígitos e bancos mais rigorosos para liberação de empréstimos, uma alternativa de capital tem crescido exponencialmente entre as empresas no País: as Letras Financeiras (LFs). Somente no ano passado, quase R$ 500 bilhões foram negociados nessa modalidade na B3, alta de 9% sobre 2022. Trata-se de um título de longo prazo — acima de dois anos — oferecido pelas empresas a seus clientes, sejam eles pessoas físicas, jurídicas ou institucionais. Esse investidor “empresta” o dinheiro para o banco, comprando uma LF, com a promessa de recebê-lo de volta, num prazo determinado, com pagamento de juros, que em geral são atrelados à variação do CDI. Assim, o investidor compra a Letra Financeira, escolhendo entre diferentes prazos e taxas de juros, o banco utiliza o dinheiro para financiar suas operações e, por fim, o investidor recebe de volta o valor investido, com juros, no vencimento. O mecanismo é semelhante ao de outras emissões bancárias, como Certificado de Depósito Bancário (CDB), Letras de Crédito do Agronegócio (LCA) e Letras do Crédito Imobiliário (LCI), que, da mesma forma, são como empréstimos para as instituições financeiras, em troca de uma remuneração fixa – geralmente com retornos mais atraentes em comparação a outros produtos de renda fixa, como os CDBs, por exemplo.

As Letras Financeiras ganharam mais notoriedade nas últimas semanas, depois que executivos da Caixa Asset foram afastados por se posicionarem contra a compra de R$ 500 milhões em LFs do Banco Master, que seria paga em dez anos e faria da subsidiária do banco público a maior credora da instituição. A alegação dos técnicos era que a operação era “arriscada” e “atípica” para os padrões

A HORA DAS LETR

FOTO: FREEPIK

INÊS 249

AS FINANCEIRAS

CONHEÇA MAIS SOBRE AS LETRAS FINANCEIRAS

O QUE SÃO?

As Letras Financeiras são títulos de renda fixa de médio e longo prazos (superior a 2 anos) emitidos por instituições financeiras com a finalidade de aumentar (e alongar) seu perfil de capitalização. Em alguns casos, podem ser usadas como parte do capital dos bancos no cálculo do Índice de Basileia.

Assim como as outras emissões bancárias, como Certificado de Depósito Bancário (CDB), Letras de Crédito do Agronegócio (LCA) e Letras do Crédito Imobiliário (LCI), os investidores emprestam dinheiro às instituições financeiras (como bancos), que, em troca, oferecem remuneração além do pagamento do principal, geralmente, atrelada ao CDI.

CLASSES DE LETRAS FINANCEIRAS

·Letras Financeiras Sênior (LF Sênior ou apenas LF)
Devem ter prazo mínimo de 2 anos e preço unitário ("PU") de ao menos R$ 50 mil. O prazo mínimo para o pagamento de rendimentos é de 180 dias. As LFs Sênior não atendem aos critérios definidos pelo Banco Central para compor o patrimônio de referência das instituições (Índice de Basileia).

·Letras Financeiras Subordinadas Nível II (LFSN)
Devem ter prazo mínimo de 5 anos e PU de ao menos R$ 300 mil. O prazo mínimo para o pagamento de rendimentos é de 180 dias. Na hipótese de dissolução da instituição emissora, seu pagamento fica subordinado aos demais passivos da instituição (com exceção do pagamento dos elementos que compõem o Capital Principal e o Capital Complementar). As emissões contêm cláusula de subordinação que torna o instrumento elegível a compor o capital de nível II do patrimônio de referência da instituição emissora.

·Letras Financeiras Subordinadas Complementares (LFSC)
Devem possuir caráter de perpetuidade, com possibilidade de recompra ou resgate pelo emissor após 5 anos da emissão e PU mínimo de R$ 300 mil. Na hipótese de dissolução da instituição emissora, o pagamento fica subordinado ao pagamento dos demais passivos da instituição, com exceção do pagamento dos elementos que compõem o Capital Principal. As LFSCs contêm cláusula de subordinação que torna o instrumento elegível a compor o capital complementar da instituição emissora.

·Letras Financeiras Garantidas (LFG) ou Linha Temporária Especial de Liquidez (LTEL)
Linha temporária, autorizada em abril de 2020, para garantir às instituições financeiras mais recursos para atravessar a crise provocada pela pandemia da Covid-19. As captações foram disponibilizadas aos bancos, caixas econômicas e o BNDES até 31 de dezembro de 2020, com prazo mínimo de 30 e máximo de 359 dias corridos. A contraparte, necessariamente, foi o Banco Central.

PRAZO E RISCOS

No âmbito de Renda Fixa, as Letras Financeiras, assim como as demais emissões bancárias, possuem risco maior que os títulos públicos, já que são emitidas por instituições financeiras, ao invés do governo. Letras Financeiras não possuem garantias do emissor ou da intermediária, nem a proteção do Fundo Garantidor de Crédito (FGC), ao contrário dos CDBs, LCs, LCAs e LCIs de instituições afiliadas ao fundo, por exemplo.

As instituições emissoras podem ser de grande, médio ou pequeno porte. Para aumentar a atratividade, tendo em vista o risco maior, as instituições de menor porte tendem a oferecer títulos com rentabilidades mais elevadas.

Por este motivo, é necessário escolher os emissores com ainda maior cautela, já que, em caso de falência da instituição, os investidores podem perder o capital aplicado. Além disso, as LFs possuem prazo maior (acima de dois anos) que as demais emissões bancárias, e seu resgate antecipado (ou seja, revenda do ativo para o emissor) é vedado. No entanto, é possível negociá-lo no mercado secundário com outros investidores.

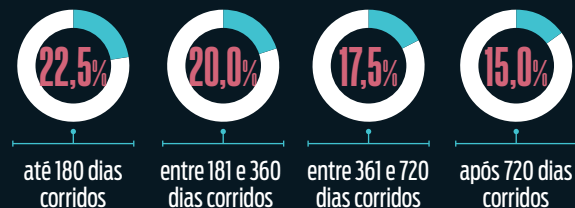
IMPOSTOS

Sua tributação segue a tabela regressiva do Imposto de Renda (IR), observada na maioria dos ativos de renda fixa, conforme abaixo:

até 180 dias corridos

entre 181 e 360 dias corridos

entre 361 e 720 dias corridos

após 720 dias corridos

POR QUE INVESTIR EM LFS?

As LFs são boas alternativas para investidores com maiores disponibilidades financeiras que buscam diversificar a carteira com ativos de rentabilidade a longo prazo e que possuem maior apetite a risco, obedecendo a relação risco-retorno do mercado de investimentos. Também se destaca como ponto positivo a possível previsibilidade da rentabilidade a ser recebida no vencimento.

Fonte: XP Investimentos

 FOTO: DIVULGAÇÃO

EMISSÃO INÉDITA
Banco digital do grupo UOL, o PagBank concluiu em abril a sua primeira emissão pública de LFs, no volume de R$ 633 milhões

do banco não só em razão do valor, como por causa do rating do banco. Em parecer, também apontaram risco de solvência do banco. O caso foi revelado pela jornalista Malu Gaspar no jornal *O Globo*. O CEO do Master, em seguida, defendeu a transação, que classificou de trivial, e afirmou que R$ 2,5 bilhões de letras financeiras do Banco Master já teriam sido emitidas e compradas pelos investidores até julho deste ano. O caso segue sem desfecho. Na quarta-feira (18), o TCU pediu explicações à Caixa Asset e deu dez dias para que a estatal envie ao órgão de controle um dossiê completo sobre esse investimento.

Polêmicas à parte, diversas empresas e instituições financeiras já fizeram vultuosas emissões de LFs neste ano, que devem bater novo recorde de volume negociado em 2024, assim como já havia acontecido no ano passado. É um dos títulos mais utilizados pelas companhias atualmente para captar recursos, com maior volume financeiro transacionado do que LCIs e LCAs , ainda que, diferentemente destes títulos, no caso das LFs o investidor não esteja protegido pelo Fundo Garantidor de Créditos (FGC) — uma das razões de oferecerem maior rentabilidade.

O Nubank, por exemplo, fez sua primeira oferta pública de LFs, num volume total de R$ 1 bilhão. De acordo com o banco digital, a operação teve uma demanda três vezes maior do que a oferta. A captação ocorreu em duas séries: uma de R$ 550 milhões, com prazo de dois anos e taxa de CDI + 0,70% ao ano, e a outra de R$ 450 milhões para três anos, pagando CDI + 0,75% ao ano. A oferta recebeu rating 'AAA.br' pela agência de classificação de risco Moody's. Segundo Guilherme Lago, CFO do Nubank, a emissão comprovou a capacidade da instituição em expandir e diversificar as fontes de capital. "Essa conquista é uma prova da confiança que temos construído com os investidores institucionais", afirmou o executivo. Com 100 milhões de clientes no Brasil, México e Colômbia, o Nubank teve lucro de US$ 379 milhões no primeiro trimestre de 2024 e é avaliado em mais de US$ 60 bilhões.

Assim como o Nubank, o Itaú emitiu R$ 1 bilhão em letras financeiras subordinadas, sendo R$ 530 milhões com vencimento em fevereiro de 2034 e R$ 470 milhões com vencimento em fevereiro de 2039. Em comunicado enviado ao mercado, o banco informou que os recursos da emissão do Itaú serão utilizados para otimizar a estrutura de capital da frente ao crescimento de seus ativos, além de garantir o reembolso de custos e despesas diretamente relacionados à aquisição de empreendimento imobiliário, no caso o célebre prédio na Faria Lima, onde fica a sede do Itaú BBA — prédio mais caro do Brasil. De acordo com o banco, as Letras Financeiras subordinadas possuem opção para serem recompradas a partir de 2029 e 2034. Além disso, o instrumento financeiro contribuirá para o capital nível 2 do patrimônio de referência da companhia, com impacto estimado de 0,08 ponto porcentual no seu índice de capitalização nível 2.

Outra grande operação partiu do PagBank, banco digital do grupo UOL. A fintech concluiu em abril a sua primeira emissão pública de LFs, no volume de R$ 633 milhões. Os recursos captados serão utilizados para financiar o crescimento das operações de adquirência e de crédito. Com vencimento e amortização da parcela única (bullet) em maio de 2026, a emissão teve o UBS como líder da operação. O Bradesco BBI foi coordenador. Segundo o PagBank, a demanda foi de R$ 1,6 bilhão, equivalente a 3,2 vezes a oferta, com remuneração final de CDI +0,8% ao ano, representando uma redução de – 40 basis points em relação à taxa teto da oferta inicial.

Segundo Artur Schunck, CFO do PagBank, a primeira emissão pública de Letras Financeiras "é um marco relevante" na estratégia de captação do negócio, diversificando as fontes de financiamento, otimizando os custos associados e ampliando o relacionamento com as gestoras de recursos. "Inicialmente, tínhamos como objetivo captar R$ 500 milhões, a CDI +1,20% ao ano. Com a alta demanda, finalizamos a captação em R$ 633 milhões e um custo menor", afirmou o executivo. A emissão de LFs obteve rating brAAA atribuído pela S&P Global.

DEMANDA A alta das Letras Financeiras está em sintonia com a demanda por crédito entre as empresas. Pelos números da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), de quarta-feira (17), o total de concessões (novos empréstimos) cresceu 4,1% nos últimos 12 meses, até maio (em comparação com igual período do ano passado, em termos reais). No caso de empresas (pessoas jurídicas) a alta foi de 1,9%. O dinheiro é usado em capital de giro, melhora no perfil das dívidas e expansão do negócio, entre outras razões. Uma prova de otimismo com a economia, ainda que em meio a um cenário cauteloso.

INÊS 249

TOKENIZAÇÃO D

BlockBR amplia oferta de serviços, cria novas soluções e estima atingir R$ 1,5 bilhão em ativo circulante ao longo dos próximos cinco anos

Paula CRISTINA

No dicionário de quem é ligado em tecnologia, tokenizar algo significa fragmentar um ativo digital em pequenas partes usando um banco de dados blockchain. No dicionário da BlockBR, tokenizar significa colocar os dois pés em um mercado que vai movimentar U$$ 16 trilhões em seis anos – e esse número não para de crescer. Tendo na carteira de clientes nomes como Rio Bravo, Âncora, Nexxera e Okcygenio, o CEO Cassio J. Krupinsk, conta que o plano é atingir R$ 1,5 bilhão em ativos circulantes nos próximos cinco anos. "Esse crescimento é possível pelo impulso das soluções de infraestrutura que viabilizam novos papeis para os clientes da BlockBR." Para este ano, o plano é obter resultado líquido de R$ 26 milhões e um ativo circulante superior a R$ 400 milhões.

Atualmente, a empresa oferece soluções para que estruturadores de operações, agentes autônomos, fundos, investidores e outros players do mercado regulado possam atuar com a tokenização. Segundo o executivo, são três tipos principais de infraestrutura:

 | FOTO: DIVULGAÇÃO

DE TRILHÕES

Whitelabel, Station e Management, soluções disponíveis tanto para empresas do mercado regulado que pretendem expandir suas operações, quanto companhias que desejam captar e iniciar ofertas de tokens. "Fizemos um trabalho de três anos que foi sentar à mesa com diversos players de mercado para entender os problemas e desenvolver soluções", disse Krupinsk. E tais soluções, explica, foram desenvolvidas ao lado de uma equipe jurídica de escritórios como o Lefosse, VBSO, FCM. "Isso para que pudessemos criar caminhos seguindo a linha regulatória, tanto na CVM [Brasil] quanto da SEC [EUA]." Para chegar na cifra bilionária, o plano do executivo é dar atenção especial na criação de joint ventures estratégicas com companhias de setores específicos para atender a uma demanda global de tokenização. "Prova deste interesse foi a entrada de grandes players como BlackRock e Franklin Templeton." Com isso em mente, Krupinsk considera que há um mundão cheio de oportunidades, o que deve tornar a atuação internacional da companhia ainda mais importante nos próximos dez anos. Apostar em soluções de tokenização é como produzir máquinas para exploração do petróleo. E quem disse isso foi Bill Gates, em sua carta ao mercado enviada em 2021. E ele tem razão. Se os dados são o petróleo da atualidade, desenvolver soluções que otimizem, deem mais segurança e lastro para tal fim é determinante. É por isso que a Boston Consulting Group estima os US$ 16 trilhões que tal mercado girará até 2030. Mas além de segurança e infraestrutura, para pegar uma fatia desse bolo é preciso provar ao cliente que seu produto é melhor que o concorrente.

NOVOS PRODUTOS Para Krupinsk, a demanda emergente pela tokenização fez com que a BlockBR desenvolvesse a plataforma Whitelabel FullService, para que os clientes possam criar seu próprio ambiente de oferta de ativos tokenizados. Segundo ele, a solução inclui o fornecimento de tecnologia com a marca do cliente, sistema de backoffice e gerenciamento de ativos estruturados via tokenização, além de soluções de segurança e melhora de performance. "A plataforma viabiliza que empresas com grandes volumes de originações possam emitir ativos e distribuí-los de forma regulada, conectando-se facilmente com escritórios de agentes autônomos, assessores e investidores." Outras soluções, como Station e a plataforma Management, completam o cardápio que promete sanar a necessidade de todo tipo de cliente. "A tokenização está passando do frenesi para a sinergia", afirma. "Desde 2021 evoluímos de uma empresa focada em tokenização de recebíveis para uma infraestrutura robusta, adaptada às exigências regulatórias e de mercado com o objetivo de oferecer soluções mais eficientes e seguras."

Para mostrar como o negócio funciona, Krupinsk dá exemplos práticos. Na Rio Bravo foram criados módulos para gerenciamento de cotas de carteira e fundos. Na T-properties, que tokenizou a casa Preá em 24 frações de SPE, oferece renda fixa e direito de uso aos detentores dos tokens. Há ainda o caso da Okcygenio, DE em créditos de carbono. "Criamos um módulo para bufferizar créditos de carbono emitidos e realizar a tokenização, garantindo transparência e segurança jurídica, hoje já com 616 mil hectares em operação", disse. No dicionário dos homens de negócios, isso significa empreendedorismo.

> "FIZEMOS UM TRABALHO DE TRÊS ANOS QUE FOI SENTAR À MESA COM PLAYERS PARA ENTENDER QUAIS ERAM OS ENTRAVES E COMO PODERÍAMOS DESENVOLVER SOLUÇÕES"
>
> **CASSIO J. KRUPINSK**, CEO DA BLOCKBR

R$ 1,5 BILHÃO

EM ATIVOS CIRCULANTES É O OBJETIVO PARA 2029

R$ 400 MILHÕES

EM ATIVOS CIRCULANTES É A PREVISÃO PARA 2024

US$ 16 TRILHÕES

É A CIFRA QUE O SETOR DE TOKENS VAI GIRAR EM 2030

INÊS 249

NOVA REGRA DOS J

Assinou um contrato que não previa valor da correção a ser paga em caso de inadi m
Seus problemas (na teoria) acabaram. Agora a Selic e o IPCA vão definir este núm e

Em mais um passo na tentativa de baratear o crédito e destravar o acesso ao dinheiro para estimular a economia, o presidente Lula sancionou a Lei 14.905, que altera artigos do Código Civil para padronizar a aplicação da correção monetária e dos juros nos casos em que não estiverem previstos na legislação ou em contratos. As novas regras, que entram em vigor em setembro, também serão aplicadas nos casos de atrasos de pagamento do condomínio, e na indenização devida ao segurado no caso de sinistro. Bem vista pelo mercado, a determinação ajuda a desafogar o Judiciário para revisões de juros e aumenta a segurança jurídica brasileira. No entanto, ainda há dúvidas sobre sua execução.

Para o professor de finanças da Fipecafi Rogério Paulucci Mauad, o ponto mais importante da unificação foi encerrar o entendimento regional. "São 27 tribunais estaduais e cada um adota sua própria regra, por isso a padronização é tão positiva", disse. Pelas novas regras, quando não há especificação da atualização monetária, será aplicada a variação da inflação oficial do País, no caso o IPCA. O valor dos juros serão fixados de acordo com a taxa legal, correspondente à taxa Selic, menos a atualização monetária. Também ficou definido que, se a subtração der resultado negativo, o juro será zero. Até agora, a determinação prevista pelo Código Civil, não especificava qual seria o índice de correção aplicável nesses casos. Segundo o relator

di mplência?
m ero para você

Paula CRISTINA

do projeto na Câmara, o deputado Pedro Paulo (PSD-RJ), a iniciativa vai oferecer mais segurança jurídica para as duas partes. "Esperamos uma redução de casos judicializados após a nova Lei", afirmou.

A Lei 14.905/24 também flexibiliza o Decreto 22.626, de 1933, conhecido como Lei de Usura. O decreto proíbe a cobrança de taxa de juros superior ao dobro da taxa legal e a cobrança de juros compostos (juros sobre juros). Com a mudança, a Lei de Usura não será aplicada a algumas situações específicas, como nas operações contratadas entre pessoas jurídicas. Isso, segundo Paulo, visa facilitar o empréstimo entre empresas fora do sistema financeiro, já que ela já não é aplicada dentro dele.

O IMPORTANTE DA NOVA DETERMINAÇÃO É QUE ACABA COM O ENTENDIMENTOS DIFERENTES EM CADA ESTADO, QUE PREJUDICAVA A SEGURANÇA JURÍDICA DOS CONTRATOS

ROGÉRIO PAULUCCI, PROFESSOR DA FIPECAFI

12% (OU MAIS) DE JUROS AGORA PODEM SER COBRADOS COM A NOVA LEI DA USURA

APROVAÇÃO A celeridade da aprovação no Legislativo, em menos de dois meses, não foi sem motivo. Para o advogado Daniel Albolea Júnior, do Leite, Tosto e Barros Advogados, a Lei foi desenhada para aprovação antes do julgamento sobre o tema em curso no Superior Tribunal de Justiça (STJ). Essa celeridade, inclusive, talvez tenha deixado algumas pontas soltas. Uma delas, diz o advogado, é o questionamento sobre o uso da Selic, "já que usar a taxa básica não é algo muito comum, e às vezes nem apropriado, para empresas fora do setor financeiro". Para Luiz Friggi, sócio da área Cível e de Resolução de Conflitos do Simões Pires Advogados, outro foco de atenção é a Lei da Usura. O novo entendimento determina que não se aplica às obrigações entre pessoas jurídicas ou títulos de crédito e valores mobiliários, permitindo juros contratuais superiores a 12% ao ano, antes restritos ao Sistema Financeiro Nacional. "Isso pode abrir espaço para discussões sobre cálculos pretéritos e novas interpretações jurídicas", conclui Friggi.

Do ponto de vista do credor, o especialista em contencioso do Barcellos Tucunduva Advogados (BTLAW), Armin Lohbauer, afirma que a nova regra determinou o uso de um cálculo que pode reduzir a penalidade ao devedor. "A Selic hoje tem valores mais baixos do que a taxa de 1% ao mês que era aplicada em muitos casos de atraso no pagamento. É possível afirmar, coloquialmente, que ficou mais barato para os devedores e pior para os credores". Se isso se comprovar, o objetivo de Lula de liberar o crédito para estimular a economia, talvez funcione.

A REAÇÃO DA CASAS BAHIA

Após profundo choque de gestão, com desligamentos e fechamento de unidades, varejista mira rentabilidade para avançar em mega stores, modernizar seu crediário e equalizar dívida de R$ 4,1 bilhões

Beto SILVA

Poucas marcas estão estabelecidas no mercado a ponto de serem citadas por artistas em suas músicas de maneira espontânea. Para estarem no centro da criação do compositor e depois cantadas pelos fãs com entusiasmo, os nomes das empresas ou de produtos têm de ser populares. Tem de haver conexão. Identidade. É o que ocorre com a Casas Bahia. Entre os sucessos da dupla André & Adriano está a canção que discorre em suas estrofes: “Eu fui corno, fui traído nesse colchão; Que comprei parcelado em 24 vezes nas Casas Bahia”. Trágico para o indivíduo que inspirou a letra, mas favorável aos artistas considerados um fenômeno da música sertaneja dançante e irreverente. E, claro, oportuno para a empresa, que também ganhou projeção espontânea pela voz de Chico César, com uma música de 1995. “Mama África, a minha mãe é mãe solteira; e tem que fazer mamadeira todo dia; além de trabalhar como empacotadeira nas Casas Bahia”, versa uma parte da prestigiada canção. E como não lembrar da banda de rock cômico Mamonas Assassinas, que arrebatou as mentes e os corações dos jovens em meados da década de 1990? Um de seus principais hits não saía da boca do público: “Quanta gente; Quantcha alegria, oba!; A minha felicidade é um crediário nas Casas Bahia”. É essa marca forte, que está na cultura coletiva brasileira ao longo de sua trajetória de 72 anos, a aposta da empresa para equacionar uma dívida de R$ 4,1 bilhões.

 | FOTO: CLAUDIO GATTI

“Saímos de uma estratégia de crescer para dar lucro e colocamos em prática o plano de dar lucro para crescer”

RENATO FRANKLIN
CEO DA CASAS BAHIA

FOCO NO QUE FAZ BEM
Companhia tem apostado em eletrodomésticos e móveis, deixando de lado segmentos que davam prejuízo, como bebidas e produtos de higiene pessoal

Mais do que isso, o crediário, apontado pelos Mamonas quase 30 anos atrás e utilizado por 30 milhões de brasileiros, é um dos pilares da reestruturação pela qual passa a companhia, fundada pelo empresário polaco-brasileiro, Samuel Klein, em 1952, em São Caetano do Sul (SP). “Saímos de uma estratégia de crescer para dar lucro e colocamos em prática o plano de dar lucro para crescer”, disse à DINHEIRO Renato Franklin, CEO da Casas Bahia, que completa um ano na função.

O desafio do executivo tem sido árduo. O lucro que está na alça de mira não é tão simples de atingir. Nos últimos dez anos, a Casas Bahia fechou o balanço no azul em apenas duas oportunidades: em 2017 (R$ 168 milhões) e em 2020 (R$ 1 bilhão). Nos outros anos (2014, 2015, 2016, 2018, 2019, 2021, 2022 e 2023) o prejuízo acumulado foi de R$ 12,4 bilhões. A recuperação extrajudicial apresentada pela varejista em 28 de abril aponta uma dívida de R$ 4,1 bilhões. Os principais credores são Bradesco e Banco do Brasil que, além de aceitarem as condições de pagamento sugeridas, apoiam o planejamento. Na quarta-feira (17), a companhia anunciou que a Pentágono e a Opea Securitizadora, que haviam questionado na justiça a recuperação, aderiram ao plano e, com isso, há aceitação da totalidade dos detentores da dívida alvo do processo.

A recuperação extrajudicial, da forma como está sendo conduzida, é inédita no mercado brasileiro. As negociações foram feitas pela Casas Bahia diretamente com seus credores, sem passar por trâmites burocráticos judiciais. O papel da Justiça, nesse caso, é avaliar e aprovar o escopo da proposta, o que já foi feito pela 1ª Vara de Falências e Recuperações Judiciais do Tribunal de Justiça de São Paulo. Dessa forma, a varejista evitou especulações de mercado, sem vazamento de informações e com simetria junto aos stakeholders da companhia que tem ações comercializadas na B3. De quebra, antecipou os trâmites que seriam de 12 meses, em média, caso a opção tivesse sido uma recuperação judicial. Como foi extrajudicial, por fora da Justiça, a

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

homologação ocorreu em 40 dias. “Todo esse processo tem sido importante. Temos conquistado bastante credibilidade. Mas ainda estamos começando a capturar os benefícios desse reperfilamento, que é muito recente”, disse Franklin, expansivo e comunicativo, tanto no tête-à-tête quanto nas redes sociais.

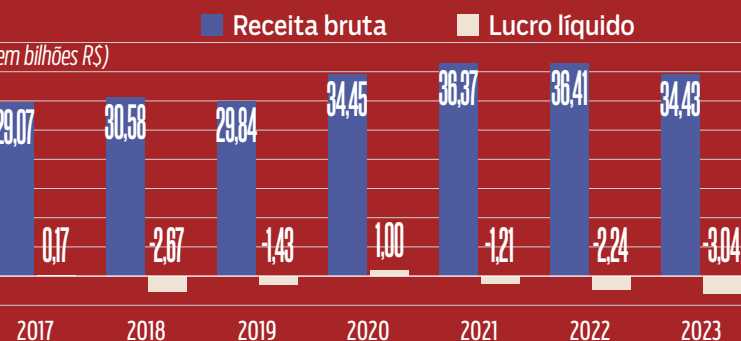
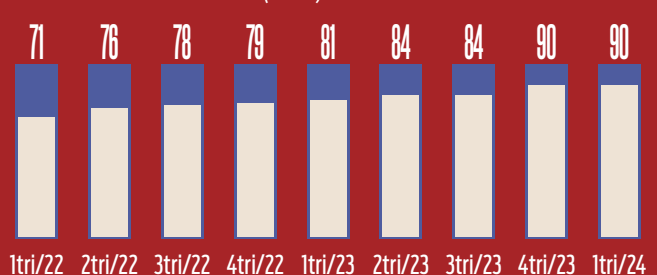
A engenharia financeira prevê alongamento da dívida de 22 meses para 72 meses, além de uma renegociação dos juros pagos. E carência de 24 meses para começar a pagá-los, além de 30 meses para iniciar o pagamento principal. Com isso, a Casas Bahia preserva R$ 4,5 bilhões de caixa até 2027 e ganha fôlego para fazer as mudanças necessárias na operação.

Entre os resultados já obtidos está o fluxo de caixa livre de R$ 176 milhões no primeiro trimestre deste ano, o melhor para o período nos últimos 5 anos. O saldo de liquidez, incluindo recebíveis, totalizou R$ 2,9 bilhões de janeiro a março. Neste momento, a meta é melhorar o LAIR (Lucro Antes do Imposto de Renda), que está em R$ 1,6 bilhão anual e pode chegar a R$ 2 bilhões em alavancas mapeadas. Na avaliação de Camila Crespi, especialista em reestruturação empresarial do escritório Luchesi Advogados, a Casas Bahia prevê bons resultados operacionais e financeiros a partir de 2025 e o momento é de otimismo, apesar de o setor de varejo passar por incertezas. “A marca tem muito valor e pode ser considerada um ativo importante para a companhia.”

FASE 1 Desde o ano passado está em curso um verdadeiro choque de gestão. É a Fase 1 do planejamento de recuperação. Um necessário “passo para trás”, como define Franklin. Houve fechamento de 55 lojas e quatro centros de distribuição, readequados. Foram necessários 8,6 mil desligamentos. Entre eles, um corte de 42% dos cargos de liderança. O estoque foi otimizado em R$ 2,1 bilhões em um ano: era de R$ 6,5 bilhões em março 2023 e passou para R$ 4,4 bilhões em março de 2024.

Essas alterações estão longe dos olhos dos consumidores. Mas também há mudanças observadas por eles dentro das lojas e no e-commerce. Como a migração de 23 subcategorias com margens negativas do 1P (venda direta) para venda exclusiva no 3P (marketplace). São produtos como água, cerveja, uísque, brinquedo, fralda, material de higiene... Vendem muito, mas dão prejuízo. O ticket médio é baixo, o frete é caro e o custo de aquisição do cliente é alto. “Vender no digital é fácil. Difícil é vender e ganhar dinheiro com isso”, salientou Franklin. Nesses segmentos, Amazon, Mercado Livre e Magalu seguem como referência.

O foco da Casas Bahia está voltado à venda de eletrodomésticos – em especial linha branca, televisores e smartphones – e móveis, que são a base da empresa e o que a fez chegar até aqui. “Nessas categorias a gente sabe vender melhor do que os outros e temos uma escala muito diferenciada. Decidimos crescer naquilo que a gente sabe ganhar dinheiro. Não vamos tentar fazer tudo”, disse o CEO. O exemplo desse movimento bem-sucedido vem do exterior. Estratégia semelhante foi adotada pela Best Buy, multinacional americana de eletrônicos, pela Currys, varejista britânica, e pela MediaMarkt, rede alemã de bens duráveis.

PRODUTO HISTÓRICO A empresa moderniza seu crediário digital, que possui base de 30 milhões de cadastros. Na mira estão os desbancarizados

ONDE TUDO COMEÇOU
O icônico prédio da Casas Bahia em São Caetano do Sul (SP), onde a varejista foi fundada em 1952. No térreo está uma loja que foi reformada recentemente

FASE 2 Lembra da tese de que é preciso lucrar para depois crescer? Ela entra exatamente nesse contexto. A Casas Bahia, até então, estava crescendo para depois tentar lucrar. Inclusive concentrava esforços para criar uma fintech. "Mas não dá para suportar uma agenda de crescimento sem rentabilidade", avaliou o CEO, sobre a descontinuidade do projeto. Monetização de dados a partir de relatórios vendidos a outras empresas, numa espécie de birô de informações, também foi deixado de lado. Apesar disso, a área de dados é fundamental. O executivo tem plena noção. "Para o futuro", pondera. O setor de tecnologia continua robusto, com 1,3 mil profissionais – eram 2,5 mil um ano atrás. Mas agora trabalha para fortalecer o CRM (gestão de relacionamento com o cliente) para iniciativas de crédito e para um marketing (que já foi o motor de vendas da empresa, sendo a maior anunciante do País duas décadas atrás) mais assertivo, já que a verba para publicidade diminuiu de R$ 1 bilhão por ano para R$ 600 milhões. Menos verba, mais eficiência, com otimização de métricas e modelos matemáticos competentes, para ter uma inteligência de dados que permita fazer ofertas customizadas e personalizadas para cada cliente. Nos produtos, precificação mais equilibrada para atrair e reter o consumidor. "Bastante técnica e dados para tomada de melhores decisões. Isso é um diferencial competitivo", afirmou Franklin.

No digital, a Casas Bahia foca também no crediário, com seu famoso carnê de parcelas. A tecnologia é aplicada para garantir acesso ao crédito aos consumidores, muitos desbancarizados. A base total da companhia é de 100 milhões de clientes, sendo 30 milhões no crediário. O investimento em ferramentas tecnológicas antifraude foi uma exigência dos parceiros financeiros. No histórico dos últimos 15 anos, o crediário foi rentável. A perda líquida é abaixo dos 5%. "É um negócio muito estável, que a gente sabe fazer bem. Temos um potencial gigante", vislumbrou o CEO.

Segundo Daniela Poli Vlavianos, sócia do escritório Poli Advogados & Associados, priorizar o crediário pode ser estratégica para fidelizar clientes e aumentar as vendas em um cenário econômico desafiador. "Desde que essa estratégia seja bem executada e alinhada com as demandas do mercado e dos consumidores, a Casas Bahia pode estar no caminho certo."

EFEITO NEGATIVO
Fraude contábil da Americanas, revelada no início de 2023, deflagrou uma crise no varejo brasileiro que tenta se reerguer, diante de concorrência de grandes players e da invasão asiática

FASE 3 Na terceira fase do plano da Casas Bahia entram ações que vão na contramão do setor varejista. Enquanto os concorren-

ENTREVISTA

RENATO FRANKLIN
CEO DA CASAS BAHIA

“DEPOIS DO FLUXO DE CAIXA POSITIVO, A TRANSFORMAÇÃO SERÁ GIGANTE”

Quais oportunidades observou ao assumir o comando da Casas Bahia um ano atrás?
A companhia tinha 30% de market share em alguns produtos core, mas não conseguia ganhar dinheiro com isso. Havia vários negócios com retorno negativo ou com payback [tempo de recuperação do valor investido] muito longo. Se focasse apenas nos negócios em que a companhia sabe fazer bem, conseguiria otimizar a estrutura e entregar uma rentabilidade.

Quais foram as primeiras medidas tomadas?
Tivemos de acelerar os planos, pois o cenário era pior do que imaginávamos. A má notícia era que precisava de mais caixa. A boa notícia era que o mato era mais alto do que prevíamos.

Como está a execução do plano de recuperação?
Temos um desafio de execução, mas se olharmos o que a gente planejou até aqui e o quanto a gente executou, estamos um pouco adiantados. Temos uma alavanca que está um pouco atrasada, que é o FIDC [Fundo de Investimento em Direitos Creditórios]. Queremos criar realmente uma estrutura que nos permita destravar o crescimento do crediário. O varejo com crediário tem um potencial transformador. Desafiante e ao mesmo tempo instigante.

Quando o sr. olha para a bolsa e vê a queda nas ações da empresa (87,66% em um ano), acredita que dá pra recuperar?
O mercado despencou bastante. A gente tem um problema que, na minha avaliação, dessa vez, não é só macro no Brasil, é macro global. Todo mundo se desmobiliza naquilo que entende que tem risco. A gente está em um momento de baixa muito grande. Olhando para nossa companhia, o nosso desafio é primeiro entregar um lucro e ter consistência. Para perder confiança é rápido, é um trimestre, mas para conquistar são vários trimestres. A gente precisa ter uma entrega consistente de vários trimestres, sem falhar.

É possível o valuation da empresa (que passou de R$ 4 bilhões ano passado, para R$ 495 milhões agora) voltar ao patamar anterior?
A gente desvalorizou até aqui, mas acredito, sim, que tem um dos maiores upsides [potencial de alta] da bolsa hoje. Temos um desafio grande de execução [do plano de recuperação], e estou confiante na capacidade do time. Esse upside vai depender da nossa execução corresponder ao plano traçado, de forma a entregar o resultado. Depois do fluxo de caixa positivo, a transformação será gigante. Meu maior patrimônio é a minha própria carreira, que eu ainda estou construindo. Então, eu trabalho onde eu tenho vontade de fazer um all-in. Estou apostando todas as minhas fichas aqui na companhia.

tes investem no digital, a companhia vai apostar nas lojas físicas. Apesar de fechar algumas unidades na reformulação, será o momento de dar o “passo para frente” e abrir unidades. A partir de 2025. E pelos próximos cinco anos. Se tudo der certo. Como vem dando. Uma mega store no Shopping Aricanduva, em São Paulo, é o piloto da companhia para disseminar o conceito Brasil afora. “O retorno está sendo 30% melhor do que o esperado, com ticket médio maior do que o previsto”, avaliou Franklin. O modelo é montado junto aos parceiros, fabricantes de geladeiras, fogões, televisores e celulares. Todo mundo ganha. “Eles fazem um investimento para modernizar a loja junto com a gente. Uma experiência melhor atrai um consumidor melhor, que compra produtos melhores”, disse o executivo. São 100 unidades com potencial para serem transformadas. E, nas contas de Franklin, outras 200 de menor porte podem ser abertas para avançar em estados do Norte, Nordeste e Sul, principalmente.

Para Bruno Boris, especialista em Direito Empresarial e Relações de Consumo, a Casas Bahia só deve abrir lojas se houver fluxo de caixa adequado. “Com a redução do estoque e com a estabilidade econômica, é possível que a empresa consiga aumentar seus índices de venda, sempre ligados ao forte nome que ainda possui.” Em franca recuperação, com o nome que deve continuar sendo inspiração para músicas populares. Pela conexão. E identidade.

OLIMPÍADA

BILIONÁRIA

Jogos devem movimentar US$ 12,2 bilhões na economia francesa, 56% a mais do que na edição da Rio-2016. Empresas fazem ações para fortalecer marcas e gerar mais negócios

Beto SILVA

Começa na sexta-feira (26) a 33ª edição dos Jogos Olímpicos da era moderna. Paris, charmosa capital francesa, da moda e da alta gastronomia, será a sede do evento, envolto em grandes desafios. Cerca de 10,5 mil atletas disputam 5.804 medalhas, em 32 esportes. Será a Olimpíada das Mulheres, com participação de metade dos competidores do sexo feminino – a delegação brasileira é formada por 55% delas. Será a Olimpíada Verde, pelos protocolos adotados a partir dos acordos climáticos globais – inclusive com despoluição do icônico Rio Sena, que corta a cidade-luz. Será a Olimpíada do Medo, com o mundo tensionado pelas guerras entre Rússia e Ucrânia e entre Israel e o Hamas. Todas as atenções dos órgãos de segurança estão voltadas para evitar atentados. E será a Olimpíada dos Negócios, com previsão de US$ 12,2 bilhões de alcance na injeção líquida econômica prevista na França, segundo estudo do Centre de Droit et d'Economie du Sport, da Universidade de Limoges. O montante é 556% superior ao registrado na olimpíada realizada no Rio de Janeiro, em 2016, que movimentou US$ 7,8 bilhões, segundo a consultoria Sports Value.

Serão 3,1 milhões de visitantes com ingressos em Paris. A expectativa é de que 2,6 bilhões de euros sejam gastos pelos turistas. No giro da economia local, 78% dos fornecedores do COI (Comitê Olímpico Internacional) para realização dos jogos são pequenas e médias empresas, sendo 500 delas companhias da economia social e solidária (ESS). Na geração de emprego, 181 mil pessoas estão trabalhando em funções relacionadas à competição. E na corrida por visibilidade, fortalecimento de marca e incremento dos negócios, a Olimpíada de Paris possui 15 parceiros globais e centenas de locais, cujos contratos são feitos para exploração publicitária dos símbolos olímpicos em cada país onde as empresas estão instaladas.

Renê Salviano, CEO da Heatmap, especialista em marketing esportivo e que faz a captação de contratos entre marcas envolvendo profissionais do esportes, observou que a maior competição esportiva do planeta é um "canhão de audiência", mas é preciso estudo e planejamento adequado na formulação de patrocínios e ações, que podem envolver os atletas, as confederações, o COB

COMPETIÇÃO LUCRATIVA Abertura da Olimpíada do Rio de Janeiro, no Maracanã, em 2016, que movimentou US$ 7,8 bilhões na economia local

FOTOS: TAKUYA MATSUMOTO/AFP | CAMERON SPENCER/AFP

(Comitê Olímpico Brasileiro) e os Jogos Olímpicos. “Cada um com seu alcance, sua autoridade, seu poder de conversão e seus valores”, ponderou. “O maior ganho é a autoridade que a marca ganha ao se tornar uma patrocinadora oficial dos Jogos Olímpicos”, avaliou. Fábio Wolff, sócio-diretor da Wolff Sports também especialista em marketing esportivo, foi na mesma linha. “Trocar atributos com um evento tão tradicional e consagrado proporciona ao patrocinador uma força de marca e de associação intangível.”

CASES Desde o início de junho, a Torre Eiffel, um dos pontos turísticos mais conhecidos do mundo, está decorado com os arcos olímpicos. Painel foi produzido pela siderúrgica ArcelorMittal, com sede em Luxemburgo e uma das suas maiores operações no Brasil. Uma ação de branding, que ainda envolve a produção das tochas olímpicas, feitas com aço reciclado.

Força de marca foi o que também buscou o Airbnb, maior plataforma de hospedagem independente do mundo. Parceiro do COI desde 2019, a empresa lançou uma nova categoria de Experiências, em que atletas vão receber fãs em suas casas durante os jogos. Em outra iniciativa, o Airbnb ofereceu a dois fãs a chance de se hospedar no icônico Musée d'Orsay na noite da cerimônia de abertura. Eles dormirão na sala do relógio histórico de 125 anos do museu, que foi transformada em um quarto luxuoso por Mathieu Lehanneur, designer da tocha e da pira de Paris 2024. Será a primeira e única vez que alguém vai dormir ali.

Já a Visa, líder mundial em pagamentos digitais, atua na competição com ações globais e regionais. Parceira do COI desde 1986, apoio 177 atletas olímpicos e paralímpicos. Envolve os fãs nos locais das disputas e aprimora as experiências de pagamento dos jogos. Em Paris, montou uma estrutura de apoio para clientes do mundo inteiro, uma megastore shop com terminais de pagamentos e emissão de cartões temporários. Também disponibilizou um aplicativo exclusivo com serviços para clientes e estabelecimentos comerciais. No Brasil, realizou diversas promoções para incentivar pagamentos em débito, inclusive com parceiros bancários, e vai

NOITE ÚNICA
Airbnb vai proporcionar aos fãs a chance de se hospedar no icônico Musée d'Orsay. Eles dormirão na sala do relógio histórico de 125 anos

 | FOTOS: DANIEL DORKO/AFP | DIVULGAÇÃO

levar cerca de 250 clientes para assistir e viver a experiência dos jogos na França. Para Carla Mita, vice-presidente de marketing da Visa no Brasil, as iniciativas ancoradas nos jogos são a oportunidade de conectar clientes (pessoas físicas e jurídicas) aos emissores (instituições financeiras) e gerar mais negócios para a companhia. “Consegue dentro do nosso posicionamento de marca ampliar nossas conexões e fortalecer nossos atributos de segurança e de confiança em pagamentos”, disse à DINHEIRO.

A Riachuelo se envolveu em ações junto ao COB. É a marca de moda oficial do Time Brasil. Produziu os uniformes de viagem e da cerimônia de abertura que serão utilizados por todos os atletas brasileiros classificados para os jogos. As jaquetas jeans foram bordadas a mão, uma a uma, pelas bordadeiras de Timbaúba dos Batistas, cidade do Rio Grande do Norte. Para divulgar seu trabalho, a empresa fechou parceria com Azul para envelopar um avião com patch jeans e ilustrações, numa campanha chamada “Orgulho Bordado no Peito”. O interior da aeronave também foi adesivado para anunciar as principais mensagens da marca, que falam sobre sustentabilidade, moda, equidade de gênero e o sentimento de orgulho da Riachuelo por estar junto com o Time Brasil. O avião ficará em circulação pelo País até setembro.

Os Jogos Olímpicos serão disputados até dia 11 de agosto. Permeados pela promoção da paz, a integração entre as nações e o desenvolvimento da humanidade por meio da prática esportiva. E negócios bilionários, claro.

CONEXÃO FORTALECIDA
Líder mundial em transações financeiras digitais, a Visa é parceira do COI desde 1986. Em Paris, montou uma megastore para conectar clientes às experiências de pagamento

Pesquisa aponta que quase um terço dos novos produtos não consegue sobreviver por mais de um ano. Lançar linhas de extensão de marcas consagradas pode ser o caminho para longevidade

SUBMARCAS NA PRATELEIRA

Letícia FRANCO

FOTO: FREEPIK

No universo dos negócios, mais difícil do que lançar uma marca é mantê-la viva no mercado. Segundo dados da Euromonitor International, quase uma a cada três marcas lançadas no mundo, em 2022, desapareceu das prateleiras até o fim de 2023, porque foi descontinuada. Isso ocorre devido à concorrência nas gôndolas ser cada vez mais acirrada. Só no último ano foram identificados 37 mil lançamentos na indústria de consumo global. Em um mercado tão competitivo, é escolhido pelo consumidor quem já é referência em determinado segmento, o que incentiva o lançamento de submarcas, ou seja, produtos criados como extensão de uma 'marca mãe', como uma forma de aumentar a chance de sucesso e evitar sua morte súbita. A Amstel Vibes e Eisenbahn Unfiltered, do Grupo Heineken, e o OMO Branco, da Unilever, são alguns exemplos.

No ano passado, foram lançadas 33 mil linhas secundárias (média de 3 mil a cada mês) contra 4 mil marcas totalmente novas no mercado. Já de 2021 a 2023, a diferença foi ainda mais significativa. A pesquisa apontou o surgimento de 105 mil submarcas no período, enquanto as novas somaram apenas 11 mil. Segundo Francisco Saraiva, professor da Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getulio Vargas (FGV-EAESP), ampliar a linha de produtos de uma marca já existente permite a entrada da empresa em mais mercados, ao mesmo tempo que fortalece a 'marca mãe' como referência. "As submarcas são criadas para gerar outras ocasiões de consumo, atingindo um público totalmente novo para a marca já consagrada. É como uma simbiose. Há benefício mútuo tanto para as secundárias quanto para a marca raiz, que se fortalece e cresce a partir disso", afirmou.

De olho no potencial de vendas, gigantes da indústria de bens de consumo têm investido cada vez mais nessa estratégia. É o caso da Unilever. Dona de marcas de alimentos, limpeza, produtos de higiene e cuidados pessoais, a multinacional está presente em milhares de pontos de venda ao redor do mundo com nomes consolidados como Dove, Hellmann's, Rexona e OMO. Para Marcelo Costa, gerente-geral da divisão de home care da Unilever Brasil, uma 'marca mãe' bem estabelecida e reconhecida no mercado possui um histórico de qualidade. "Os principais benefícios para extensão de marca são a confiança e credibilidade já conquistadas junto aos consumidores", disse à DINHEIRO. Em 2023, a multinacional investiu cerca de 950 milhões de

No ano passado, foram colocadas no mercado 33 mil produtos associados a marcas já conhecidas contra apenas 4 mil marcas totalmente novas

INÊS 249

“OS PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DA EXTENSÃO DE MARCA SÃO A CONFIANÇA E CREDIBILIDADE JÁ CONQUISTADAS JUNTO AOS CONSUMIDORES”

MARCELO COSTA
EXECUTIVO DA UNILEVER BRASIL

euros na área de pesquisa e desenvolvimento e alcançou mais de 20 mil patentes das fórmulas do portfólio.

E o movimento de extensão de marca pode abranger categorias independentes. Além de comercializar submarcas como o OMO Branco Absoluto, Comfort Segredos e Cif Derrete Gordura, a Unilever também investiu em serviços de conveniência. Lançada há cinco anos, a OMO Lavanderia surgiu após a empresa observar o crescimento expressivo de apartamentos menores, muitas vezes desprovidos de área de serviço, incentivando o modelo de economia compartilhada nos cuidados com as roupas. Segundo Costa, o negócio contempla cerca de 300 lojas na rede de franquias e 2,5 mil lavanderias compartilhadas em condomínios pelo País. Saraiva, da FGV, ressaltou a importância de construir categorias baseadas no propósito da companhia. “Elas não precisam ser necessariamente correlatas, desde que sejam direcionadas pela missão e os valores do negócio para fazer sentido”, afirmou.

BRASIL Ainda segundo pesquisa da Euromonitor, há menos de 60% de chance de novas marcas e submarcas sobreviveram no longo prazo, nas condições atuais de concorrência. A vida não anda fácil para as empresas. Muito menos no Brasil. Isso porque o País é o quarto mercado onde a indústria mais fez lançamentos entre 2021 e 2023. Foram 9,4 mil novidades nas gôndolas só nesse período. O posto de um dos países mais inovadores do planeta atrai investimentos de diversas empresas. Um exemplo disso é a multinacional norte-americana Kimberly-Clark. Em 2018, o Brasil se tornou centro de inovação da companhia para os países da América Latina. E neste ano foram investidos cerca de US$ 50 milhões em novas tecnologias e comunicação para aprimorar e ampliar seu portfólio local.

Líder nacional de vendas em lenços umedecidos com a marca Huggies, a empresa aposta na credibilidade e confiança do consumidor ao lançar novos produtos. Recentemente, a linha de banho Huggies Kids, criada especialmente para crianças maiores de três anos, chegou nas prateleiras do comércio brasileiro. Segundo Cláudio Vilardo, CEO da Kimberly-Clark no Brasil, os resultados já são positivos. “Somente no primeiro mês de lançamento, alguns varejistas afirmaram que a nova linha ficou em segundo lugar de vendas da categoria de banho como um todo para o segmento baby e infantil”, afirmou à DINHEIRO.

No País que configura praticamente como um laboratório a céu aberto para as indústrias, só os candidatos mais preparados passam no teste e permanecem disponíveis para as vendas. De acordo com especialista Francisco Saraiva, a regionalização é um fator importante para as marcas que buscam sobreviver aqui. “A diversidade do consumidor nacional é uma grande oportunidade, mas é preciso direcioná-la. Como, por exemplo, desenvolver estratégias de comunicação específicas para cada região”, disse. Também há a barreira geracional. Isso porque a nova geração de consumidores está mais aberta às novidades. Não são fieis às marcas como as anteriores. E se a marca criar apenas uma conexão utilitária com o cliente, seu fracasso é quase certo. Dessa forma, é fundamental unir funcionalidade e conexão emocional se quiser ter vida longa em um mercado adverso. S

Presidente da divisão latino-americana diz que 'brasileiros amam os SUVs' e, por isso, vai ampliar a gama desse tipo de veículo oferecido por aqui, com novas opções de tamanho e de motorização

NISSAN APOSTA EM SUVS

Allan RAVAGNANI

A fabricante japonesa Nissan vai dobrar a aposta nos veículos SUV para crescer no Brasil nos próximos anos. A montadora do Kicks, sucesso de vendas no País, sabe o que quer. Em 2023 as vendas da companhia cresceram 35% por aqui, enquanto o mercado geral avançou 11%. A meta é chegar a 7% de participação de mercado em 2025. Para seguir essa trajetória, a montadora vai lançar dois modelos novos para o próximo ano: o Novo Kicks, que será maior e terá diferentes motorizações, como turbo e talvez híbrido; e uma nova SUV, cujo nome ainda não foi revelado, mas que deve brigar nos segmentos mais premium. O Kicks atual não sairá de linha e deve ser mantido como o modelo de entrada no segmento e para o público PCD.

Guy Rodriguez, presidente da Nissan para a América Latina, esteve no Brasil no final de junho e conversou com alguns jornalistas sobre os planos da companhia, que em 2021 descontinuou

FOTOS: DIVULGAÇÃO

QUERIDINHO DO BRASIL
Guy Rodriguez, CEO do grupo para a América Latina, junto ao Kicks, que teve boa aceitação do público e é aposta da empresa para ganhar mercado

a produção do compacto March, após dez anos de vendas, para focar nos veículos de maior valor agregado e tecnologia embarcada, que também são responsáveis pelas maiores margens. Rodriguez anunciou ainda o lançamento de uma nova picape para 2025, que será fabricada na Argentina, em parceria com a Renault. Na última vez que esteve no Brasil, no final de 2023, o executivo anunciou, junto ao presidente Lula, um investimento de R$ 2,8 bilhões no biênio 24-25 na fábrica da companhia em Resende (RJ).

A planta de Resende, inclusive, já está 90% preparada para iniciar a fabricação dos novos modelos, que deverão ser exportados para mais de 20 países, segundo o executivo. O que ficou no ar foi a questão dos veículos eletrificados. Afinal, por que a Nissan, que tem a tecnologia exclusiva e-Power, uma "evolução" do modelo de carros híbridos, não produz por aqui esses modelos? Rodriguez tratou de acalmar os jornalistas e falou em trazer a tecnologia "no momento certo". "A Nissan vai trabalhar bastante com o modelo híbrido, mas vamos por partes. O ano de 2024 é fundamental em nossa preparação para seguir crescendo no mercado latinoamericano. Estamos fazendo as coisas de forma consistente. Por isso, vamos deixar para anunciar o e-Power no momento certo, quanto a fábrica e os fornecedores estiverem preparados para a tecnologia, para fazer da maneira correta", completou.

Tecnologia exclusiva da Nissan, o e-Power combina um motor a gasolina (que pode vir a ser Flex no Brasil), que carrega a bateria e um motor elétrico, que faz mover as rodas. Comporta-se de forma semelhante a um veículo elétrico, reduzindo as emissões e custos de circulação, mas uma vez que não precisa ligá-lo à tomada, não há nenhuma mudança nos seus hábitos de condução. Além do motor de combustão, o e-Power também usa travagem regenerativa para ajudar a manter a bateria carregada. O motor a gasolina produz a energia que carrega a bateria quando o veículo precisa. É a bateria que alimenta o motor elétrico para fazer mover as rodas. E a fricção causada pela travagem produz energia que não é desperdiçada. O sistema de travagem regenerativa converte a energia e devolve-a à bateria, melhorando a eficiência energética.

PROJETO DE LONGO PRAZO
O complexo industrial de Resende (RS) vai receber mais R$ 2,8 bilhões em investimentos em expansão e modernização, visando o futuro

São 199 concessionárias Nissan pelo País, um número que ainda dá para aumentar, segundo o executivo. Mas a cobertura geográfica já está em 85% do território. "Talvez umas 10 lojas a mais sejam suficientes", completou.

A separação da aliança entre Nissan e Renault, anunciada e concluída em 2023, foi positiva, aos olhos de Rodriguez, pois uma das vantagens agora é cada marca ter mais autonomia. "Ainda continuamos com alguns projetos em comum, como picapes. Vamos continuar, mas apenas com os projetos que forem bons para as duas empresas, agora cada uma pode ter negócios mais variados e com diferentes parceiros", completou.

MOVER O programa Mobilidade Verde do Governo Federal – que prevê, entre outras medidas, crédito para quem investir em pesquisas, desenvolvimento e produção tecnológica facilitadores da descarbonização da frota de carros, ônibus e caminhões – foi bastante elogiado pelo executivo. "O Mover é muito importante por dar previsibilidade ao setor, ele é um marco para ajudar a trazer novas tecnologias ao Brasil", afirmou. Para isso ele citou a chegada de fabricantes chinesas ao Brasil. "Não estamos preocupados com a questão de impostos para elétricos importados. Se eles [chineses] abrirem suas fábricas aqui, para concorrer em igualdade, que sejam bem-vindos. O mais importante é ter regras claras e previsibilidade, regras justas", salientou. "Daqui a 10 anos estaremos aqui, maiores, e no meio disso tudo, muita coisa vai acontecer". S

Gigante do setor de beleza completa 70 anos no Brasil, torna sua operação independente e anuncia CEO com o plano de dobrar de tamanho nos próximos anos

O NOVO VISUAL DA W

Letícia FRANCO

Grandes mudanças acompanham novos visuais. É quase um ritual repaginar o corte e pintar os fios de cabelo para simbolizar uma nova etapa, seja ela qual for. Motivos não faltam para a Wella Company, dona de marcas como Wella Professionals, Koleston e Sebastian, mudar de visual no Brasil. O ano de 2024 marca os 70 anos da multinacional alemã no mercado nacional e, finalmente, sua independência do grupo francês Coty. Em março, a Wella inaugurou seu próprio centro de distribuição no País, deixando de vez o CD e a logística da ex-empresa mãe, que vendeu 60% do capital da companhia para a KKR em 2020, por US$ 2,5 bilhões. Agora, mais independente, a Wella anunciou na quinta-feira (11), Guilherme Catarino como novo presidente das operações locais. Presente em salões de beleza e redes de varejo, a empresa é líder em marcas profissionais no Brasil e quer dobrar de tamanho nos próximos anos.

Manter a divisão brasileira bem cuidada é indispensável para empresa. Além de ser o quarto maior mercado de beleza no mundo,

SOB NOVA DIREÇÃO O novo CEO da Wella no Brasil, Guilherme Catarino, deve impulsionar mais redes de formação para impulsionar as marcas

suas tarefas investir na educação de profissionais do setor para impulsionar o crescimento das marcas.

Outro processo importante para chegar ao novo visual ocorreu ainda no primeiro trimestre deste ano, com a abertura do seu próprio centro de distribuição no País, em Extrema (MG). Apesar de não ter os valores revelados, trata-se do terceiro maior CD da Wella no mundo, com 12 mil m², capacidade de armazenamento de cerca de 14 mil paletes e movimentação de 110 mil caixas por mês. Essa inauguração pode ser comparada com um corte de cabelo pós-término, um dos vídeos virais do TikTok e Instagram com a hashtag "breakuphair", no qual usuários mostram a transformação no visual depois do fim de um relacionamento. O novo CD representa a separação definitiva da Coty, que vendeu sua participação para a Kohlberg Kravis and Roberts (KKR) em 2020.

INOVAÇÃO No mercado nacional, a Wella comercializa sete marcas para cabelos e unhas. É líder no segmento de coloração há nove anos e, recentemente, passou a ocupar a primeira posição em tratamentos capilares, segundo informações da companhia. Além disso, o País funciona como um laboratório a céu aberto por conta de sua diversidade. Isso põe o Brasil na prateleira das operações mais inovadoras, responsável pelo surgimento de técnicas que hoje são aplicadas no exterior, como o uso combinado de máscara de tratamento com o óleo Dark Oil para potencializar a hidratação capilar. Sob nova direção e totalmente responsável pela comercialização e distribuição de seus produtos, a Wella está definitivamente de cara nova. E como toda transformação nos fios exige um novo cronograma capilar, é o momento da empresa cuidar para sua operação crescer de forma saudável.

segundo a Euromonitor International, o País também está entre as top 10 operações da Wella. De acordo com a companhia, a nova liderança entra para "solidificar ainda mais sua posição como empresa líder do mercado brasileiro". Guilherme Catarino deixa o posto de diretor-geral para América Central, Caribe e América do Sul (ex-Brasil) para liderar a maior operação da região, a brasileira. Ele substitui Nathalie De Gouveia, que assume o comando da divisão dos EUA depois de cinco anos como CEO da Wella no Brasil. "Meu objetivo é contribuir para o contínuo sucesso da empresa no País, oferecendo inovações que criem valor para a indústria, gerando desejo e facilitando a vida dos consumidores e dos cabeleireiros" afirmou Catarino, que tem como uma de

LOGÍSTICA
A inauguração do novo centro de distribuição, em Extrema (MG), representou o fim do vínculo com a Coty. É o terceiro maior CD da Wella no mundo

Governo anuncia R$ 426 milhões para incentivar catadores de produtos recicláveis e tentar caminhar com sua política de gestão de resíduos sólidos. Porém, recursos são considerados paliativos e insuficientes para gerar o impacto necessário que o País precisa

Alexandre INACIO

O lento andar da "Lei Rouanet dos

O governo federal deu um importante passo para tentar implementar uma política de gestão de resíduos sólidos no Brasil. Na semana passada, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e parte do seu time ministerial anunciaram um investimento de R$ 426 milhões em ações e programas destinados aos catadores de produtos recicláveis no Brasil. Em paralelo, foi assinado o decreto que viabiliza a criação de um programa de incentivo fiscal ao segmento, regulamentando o projeto que ficou popularmente conhecido como a "Lei Rouanet dos Catadores", apresentado pelo deputado federal Carlos Gomes (Republicanos-RS).

A lei foi sancionada em 2021, ainda na gestão de Jair Bolsonaro, mas passou por um profundo processo de desidratação. Muitos dos vetos do ex-presidente foram derrubados no Congresso e apenas em 2023, já sob Lula, ganhou seu primeiro orçamento, de R$ 316 milhões. Ainda assim, faltava a regulamentação com as regras para a originação dos recursos, que foi publicada apenas na semana passada.

Na prática, o programa voltado aos catadores tem, efetivamente, as mesmas bases da Lei de Incentivo à Cultura. Empresas podem destinar até 1% do imposto de renda devido a projetos de reciclagem de resíduos. Para as pessoas físicas, o percentual é de até 6%. Apesar de aguardado e visto com bons olhos pelo setor, o anúncio do governo gerou uma certa frustração, com uma série de arestas a serem aparadas.

"O valor anunciado ainda não é o orçamento. É um pacote onde algumas empresas públicas irão aportar recursos para programas de reciclagem de resíduos. O governo deu um passo, mas ainda faltam pelo menos três outros muito importantes para que algum tipo de impacto possa ser efetivamente gerado", disse à DINHEIRO Renato Paquet, CEO da Polen, uma das maiores empresas de neutralização de impacto de embalagens do País, que gerencia anualmente cerca de 500 mil toneladas de resíduos para reciclagem.

Assim como na Lei Rouanet, a legislação para os catadores prevê a existência de um conselho interministerial para aprovar e validar os projetos submetidos. Segundo Paquet, o conselho ainda não está formado e sequer existe um edital que estabeleça as regras para que os projetos sejam submetidos para análise. Em meio à dificuldade para cumprimento das metas fiscais, o governo federal também não determinou o teto orçamentário para a lei

 | FOTOS: ANTÔNIO CRUZ/AG. BRASIL | FELIPE LEITÃO | DIVULGAÇÃO

s Catadores”

Ao lado de ministros, Lula dá andamento ao projeto de lei desidratado por Bolsonaro e cobra de sua equipe acompanhamento sistematizado para viabilizar análise de projetos e liberação dos recursos anunciados

de incentivo aos catadores. “O pacote foi um paliativo para não deixar o projeto mais um ano parado”, disse Paquet.

Em certa medida, o próprio presidente Lula cobrou celeridade de seus ministros. “O que foi anunciado aqui é muito dinheiro, em várias frentes de trabalho, em vários momentos. Tudo isso tem que ter um acompanhamento sistematizado. Mensalmente, você [Márcio Macêdo, secretário-geral da presidência] tem que saber o que está acontecendo. Nós temos 2 anos e meio de mandato e é importante que o que nós aprovamos hoje aqui aconteça na sua plenitude”, disse Lula durante o anúncio da semana passada.

PACOTE PALIATIVO
Para Renato Paquet, CEO da Polen, recursos ainda não refletem o orçamento que o governo pretende destinar ao segmento

ESTATAIS De fato, os R$ 426 milhões serão aportados por estatais. Só de Itaipu Binacional sairão quase R$ 280 milhões. Fundação Banco do Brasil, Caixa e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) devem dividir o restante dos investimentos, destinados ao diagnóstico socioeconômico das cooperativas, assessoria técnica, financiamento de bens e serviços, capacitação, implantação e modernização da infraestrutura física. Por enquanto, não existem regras ou condições para que o setor privado participe do programa de fomento à reciclagem, como já está estabelecido no segmento cultural.

“Saiu o decreto e faltam os atos normativos, com as regras e orientações. A expectativa é que isso saia ainda este ano, para entrar no Orçamento do ano que vem [2025]. A cultura também começou pequena e hoje tem alguns bilhões”, disse Vanessa Pires, fundadora e CEO da Brada, startup que conecta projetos e investidores por meio de leis de incentivo.

Ainda que o setor privado não possa financiar projetos de reciclagem com o incentivo fiscal da “Lei Rouanet dos Catadores”, algumas empresas se mostram otimistas. A fabricante de embalagens descartáveis Cristalcopo aposta que a nova lei tende a criar um ecossistema para encurtar as distâncias entre as cooperativas de catadores e as empresas, trazendo maior profissionalização ao segmento. “Ainda estamos entendendo as regras, mas o movimento do governo é positivo. Por enquanto, o anúncio dos investimentos devem atender projetos que tenham um prazo de ciclo curto. Aqueles mais complexos certamente serão incluídos”, disse a consultora Danielle Zabotti, que gerencia um projeto de reciclagem na Cristalcopo.

SETOR PRIVADO
Projetos poderão ajudar empresas a solucionarem problemas reais de descarte de resíduos e logística reversa, segundo Vanessa Pires, da Brada

INÊS 249

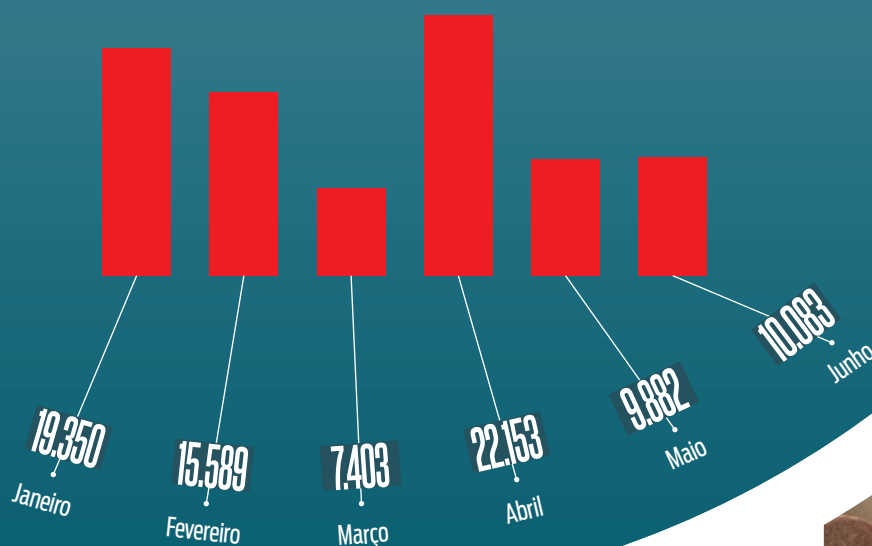
DEMISSÕES EM TECNOLOGIA

Duas máximas em tecnologia existem desde que o mundo é mundo. A primeira, que os robôs vão roubar os empregos dos humanos. E aqui vai uma ponderação. As máquinas até ocupam o lugar dos trabalhadores, mas sempre surgem novas funções. A segunda, de que não há crise na área de TI, pois está sempre com vagas abertas e as demissões são tão raras quanto avistar meteoros. Meias verdades, digamos. De acordo com o Layoffs.fyi, um rastreador independente de desligamentos no setor, este ano já ocorreram cerca de 85 mil cortes nas techs. A seguir os insights do levantamento:

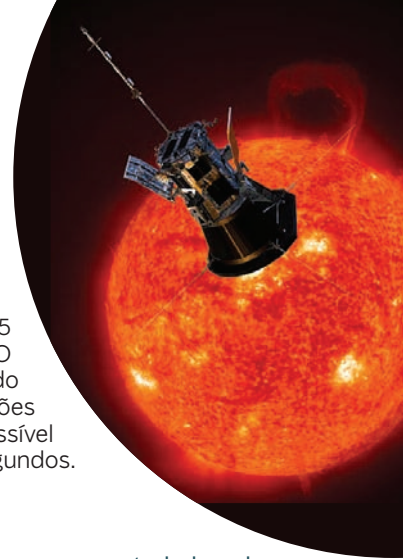
85 mil demissões foram registradas no primeiro semestre de 2024

254 empresas desligaram funcionários neste ano

Tesla, Amazon, Google, TikTok , Snap e Microsoft são algumas das principais responsáveis pelos cortes

NÚMERO DE DEMISSÕES MÊS A MÊS:

AT&T SOFRE ATAQUE HACKER

A americana AT&T, uma das maiores empresas de telecomunicações do mundo, sofreu um ataque hacker em abril, o que expôs registros de chamadas e mensagens de texto de quase todos os seus clientes. Diante da violação, a companhia teria pago US$ 370 mil ao grupo de hackers ShinyHunters para apagar dados roubados. Em seu registro na US Security and Exchange Commission (SEC), a AT&T declarou que desde então reforçou suas medidas de segurança cibernética e trabalha com as autoridades policiais na investigação do incidente.

INÊS 249

UMA NAVE A **635 MIL KM/H**

A Parker Solar Probe, nave espacial fortificada da NASA, atingiu a velocidade de 635 mil quilômetros por hora, durante sua 20ª aproximação solar em 29 de junho. O aparelho da agência espacial americana é o primeiro a voar pela atmosfera externa do Sol. Objetos espaciais acumulam velocidade quando passam por situações gravitacionalmente poderosas, como a aproximação do Sol. Nessa velocidade, é possível viajar os 3,9 mil quilômetros de distância entre São Paulo e Manaus em apenas 20 segundos.

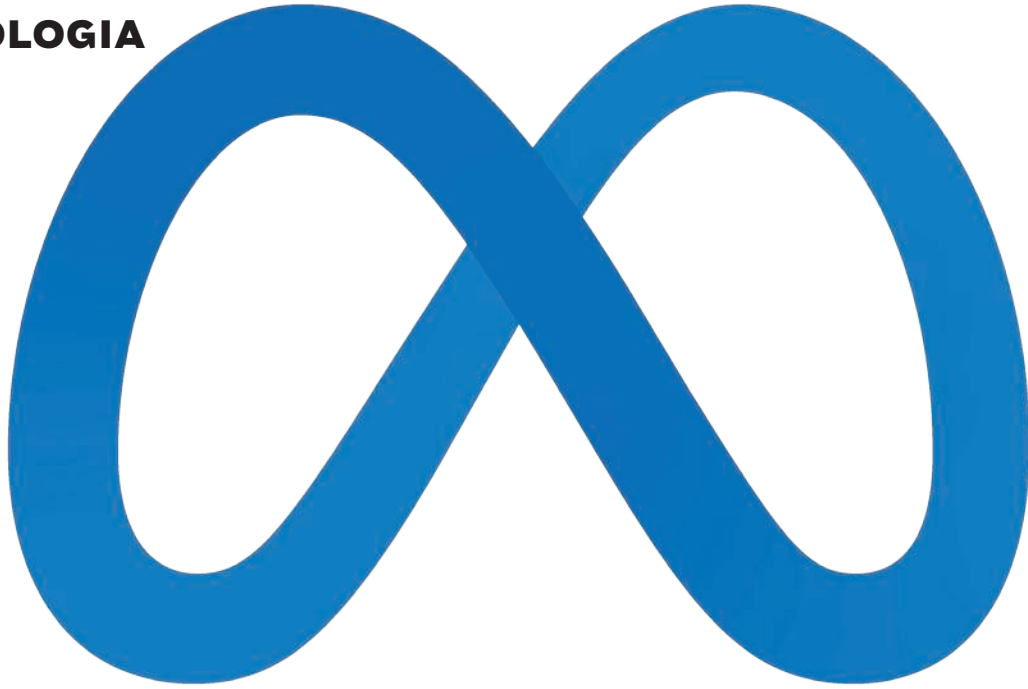
US$ 23 BILHÕES

Esse é o valor que a Alphabet, empresa controladora do Google, negocia para adquirir a Wiz, revelou o Wall Street Journal. O valor oferecido para aquisição da startup de segurança cibernética, fundada em 2020, é mais que o dobro de sua avaliação de mercado, na casa dos US$ 12 bilhões. Em maio, o valuation foi estipulado a partir de um aporte de Série E recebido na ordem de US$ 1 bilhão. A Wiz tem crescido muito rápido. Atingiu receita recorrente anual de US$ 100 milhões apenas 18 meses após seu lançamento. Hoje, o faturamento está em US$ 500 milhões e o plano é atingir US$ 1 bilhão em 2025.

ROBÔ MORDOMO EM UBERLÂNDIA

Os hóspedes do Mercure Uberlândia Plaza Shopping, em Minas Gerais, serão atendidos por um robô mordomo. O estabelecimento é um dos pioneiros do Brasil a adotar essa tecnologia, criada nos EUA e na Ásia e trazida ao Brasil pela empresa Quality Systems. O robô utiliza elevador de forma autônoma e entrega refeições nos quartos. O modelo de robô mordomo W3, com cerca de um metro de altura, possui um sistema inteligente para evitar obstáculos, espaço de armazenamento ventilado para conservar alimentos quentes ou frios, e sistema de autorrecarga. No lugar da cabeça, há uma tela touchscreen do tamanho de um tablet, que exibe mapas e outras informações.

CHIPS BASEADOS EM GRAFENO IMPULSIONA A EUROPA

No meio de uma corrida global pela fabricação de semicondutores, uma startup sediada em Aachen, na Alemanha, angariou 254,4 milhões de euros para a sua tecnologia de chips, num grande impulso para o setor de semicondutores alemão e europeu. Os irmãos Daniel e Sebastian Schall lançaram a Black Semiconductor em 2020, saindo da Universidade de Aachen. A startup está desenvolvendo um novo tipo de tecnologia de conexão de chips usando grafeno, um material descoberto em 2010 para esse uso. O grafeno foi aclamado como um "material maravilhoso" graças às suas propriedades notáveis, mais fino e forte, e um excelente condutor de eletricidade. O aporte foi liderado pelo governo federal alemão e por investidores privados, incluindo Porsche Ventures, Partner A Ventures e Scania Growth.

A META BRASILEIRA

Empresa nacional de tecnologia enfrenta Facebook em disputa por identidade, mas não se intimida e permanece focada na transformação e evolução digital com suas startups investidas

Aline ALMEIDA

FOTOS: ZE PAULO CARDEAL

Inovação. Essa palavra define a era da transformação digital. Muitas empresas se empenham arduamente em quebrar paradigmas e moldar o futuro. Na corrida por clientes e consumidores está uma intensa competição entre concorrentes. Ao mesmo tempo em que há uma obsessão para alcançar o topo da expansão tecnológica. Uma era de avanços e disputas. Entre as rivalidades que emergem, uma chama a atenção pela disparidade. Uma empresa brasileira de tecnologia tem enfrentado grandes desafios no mercado e também uma queda de braço jurídica com uma gigante norte-americana que decidiu adotar o mesmo nome: Meta.

No final de 2021, Mark Zuckerberg, dono do Facebook, anunciou a mudança do nome de sua empresa justamente para Meta. Uma alusão ao metaverso, uma de suas apostas para ganhar ainda mais mercado. Mas, bem antes dessa mudança, em 1990, nascia a Meta brasileira. Começou como uma empresa de consultoria tradicional e ao longo dos anos se transformou em uma digital company. “Vimos a necessidade e a oportunidade de nos conectarmos com todo esse movimento que estava acontecendo no mundo e no Brasil também”, explicou o vice-presidente da Meta brasileira, Claudio Carrara, sobre o movimento de transformação digital.

Desde então, a Meta brasileira é uma companhia de tecnologia e inovação, focada em transformação e evolução digital de outras empresas, tendo como objetivo conectar soluções tecnológicas em todos os lugares. Não à toa, durante toda a sua jornada a empresa tem estabelecido sua presença no Brasil e também no exterior. Já atua em mais de 100 cidades do mundo. Entre 2020 e 2021, foi certificada como uma das melhores de tecnologia para se trabalhar pelo Great Place to Work e uma das 10 empresas que mais cresceram no segmento de tecnologia no Brasil pelo “Anuário Informática Hoje”.

No meio disso tudo, a companhia – com receita de R$ 500 milhões – também precisa lutar para desassociar seu nome da Meta, dona do Facebook, Instagram e WhatsApp, que registrou receita de US$ 134,9 bilhões em 2023. Em 2008, a Meta brasileira teve seu registro concedido pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). No entanto, desde a decisão de Mark Zuckerberg de adotar o mesmo nome, já foram iniciados 258 processos judiciais nos quais a brasileira consta erroneamente como ré. Por isso, de acordo com Carrara, a empresa ingressou com processo judicial pedindo que a companhia de Zuckerberg fosse impedida de utilizar a marca no Brasil. No início de fevereiro, o judiciário paulista atendeu à demanda dando um prazo de 30 dias para que a dona do Facebook parasse de utilizar o nome. Mas o Facebook conseguiu uma suspensão da ordem judicial. E a briga – ao melhor estilo de Davi contra Golias – segue aberta. “Somos confundidos e citados em situações e processos que não se referem à nossa empresa, mas sim ao Facebook. Acredito que a nossa companhia tomou a posição correta. Aguardamos os desfechos judiciais”, discorreu Carrara.

MÁRCIO FLÔRES
Para o diretor de Corporate Venture Capital & Open Innovation da Meta, a Meta Ventures nasceu da intenção de conectar o grupo à inovação

CLAUDIO CARRARA
O vice-presidente acredita que a Meta brasileira tem seu direito consolidado e está tratando a situação da forma adequada, por meio do processo judicial

AVANÇO Enquanto aguarda o desfecho da disputa judicial com a Meta americana, a brasileira continua a avançar na transformação digital, inaugurando uma nova fase em sua vertical de Corporate Venture Capital. Após quatro anos investindo em nove startups, a Meta Ventures agora se concentra na aceleração dessas empresas e busca sinergias para desenvolver ferramentas tecnológicas que atendam aos desafios dos principais setores econômicos. Segundo Márcio Flôres, diretor de Corporate Venture Capital & Open Innovation da Meta, o braço de investimentos tem a intenção de conectar o grupo à inovação. “Definimos que esse seria nosso ponto de partida”, disse. Porém, logo surgiu uma segunda oportunidade: além de investir em startups, criar um novo negócio a partir de um produto já existente. Assim nasceu a Netrin, startup própria da Meta que fornece soluções de big data e inteligência da informação.

A Meta Ventures já possui exemplos de sucesso, como a Manfing, investida há três anos. É especializada em Inteligência Artificial (IA) para análise preditiva de consumo e já obteve um crescimento de 400%. Além disso, já realizou quatro edições do desafio Bring Your SaaS, programa que busca negócios inovadores com alto potencial de crescimento, contempla organizações de todo o Brasil que tenham um modelo de Software as a Service, orientado aos mercados B2B e B2C.

INÊS 249

FOME DE DADOS

Aline ALMEIDA

Primeira foodtech brasileira, Connecting Food já destinou 15 mil toneladas de alimentos, completando 27 milhões de refeições, para famílias em vulnerabilidade social de todo o País

Não é novidade o impacto da tecnologia na vida das pessoas, a partir da facilidade na comunicação e do aumento da produtividade. Ao perceber que poderia utilizar a tecnologia para mitigar o desperdício de comida, a engenheira de alimentos Alcione Pereira resolveu deixar o setor corporativo e ingressar no empreendedorismo de impacto. Segundo ela, o que a motivou foi saber que um terço dos alimentos do mundo são perdidos. "Pensei no meu país. Com tanta gente passando fome decidi criar uma solução relacionada à redução do desperdício, mas que tivesse impacto social", contou a fundadora e presidente da Connecting Food, primeira foodtech brasileira que tem como objetivo combater a fome. A plataforma conecta empresas com excedentes às Organizações da Sociedade Civil (OSCs) que atendem pessoas em situação de vulnerabilidade social. Alimentos que não foram comercializados por estarem com algum defeito estético são recolhidos e distribuídos para as famílias, incluindo frutas, verduras e legumes aptos para consumo. Para conectar a indústria ao varejo, a empresa realiza o levantamento de dados, mapeando os processos internos da indústria alimentícia para identificar em quais momentos ocorrem os desperdícios e como melhorar a

FOTOS: MARCELO S. CAMARGO | CONNECTING FOOD | FREEPIK

MENOS PERDAS Para Alcione Pereira, da Connecting Food, a tecnologia é essencial para a redistribuição de alimentos

eficiência no tratamento dos alimentos, fornecendo inteligência às etapas de distribuição.

Dessa maneira, é possível realizar uma gestão eficiente, impedindo que os excedentes que ainda estão bons não sejam descartados em aterros sanitários. De acordo com Alcione, a Connecting Food desenvolveu seu próprio sistema operacional para, entre outras coisas, saber qual organização social deve receber o alimento, considerando métricas como tamanho, quantidade e distância. "A tecnologia para nós é essencial. Somos uma empresa que traz inteligência de redistribuição de alimentos e essa inteligência é o que permite que tenhamos menos perdas", explicou a executiva.

PERDA GLOBAL Segundo um relatório divulgado este ano pelo programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), o mundo desperdiça mais de 1 bilhão de refeições por dia. A ONU estima que cerca de 17% dos alimentos produzidos globalmente para consumo humano se perdem entre a colheita e as prateleiras dos supermercados anualmente.

Além disso, também geram de 8% a 10% das emissões globais de gases de efeito estufa (GEE) – quase cinco vezes mais do que o setor de aviação – e resultam em um grande prejuízo de biodiversidade, ocupando quase um terço das terras agrícolas do mundo. O custo econômico global da perda e do desperdício de alimentos é estimado em cerca de US$ 1 trilhão.

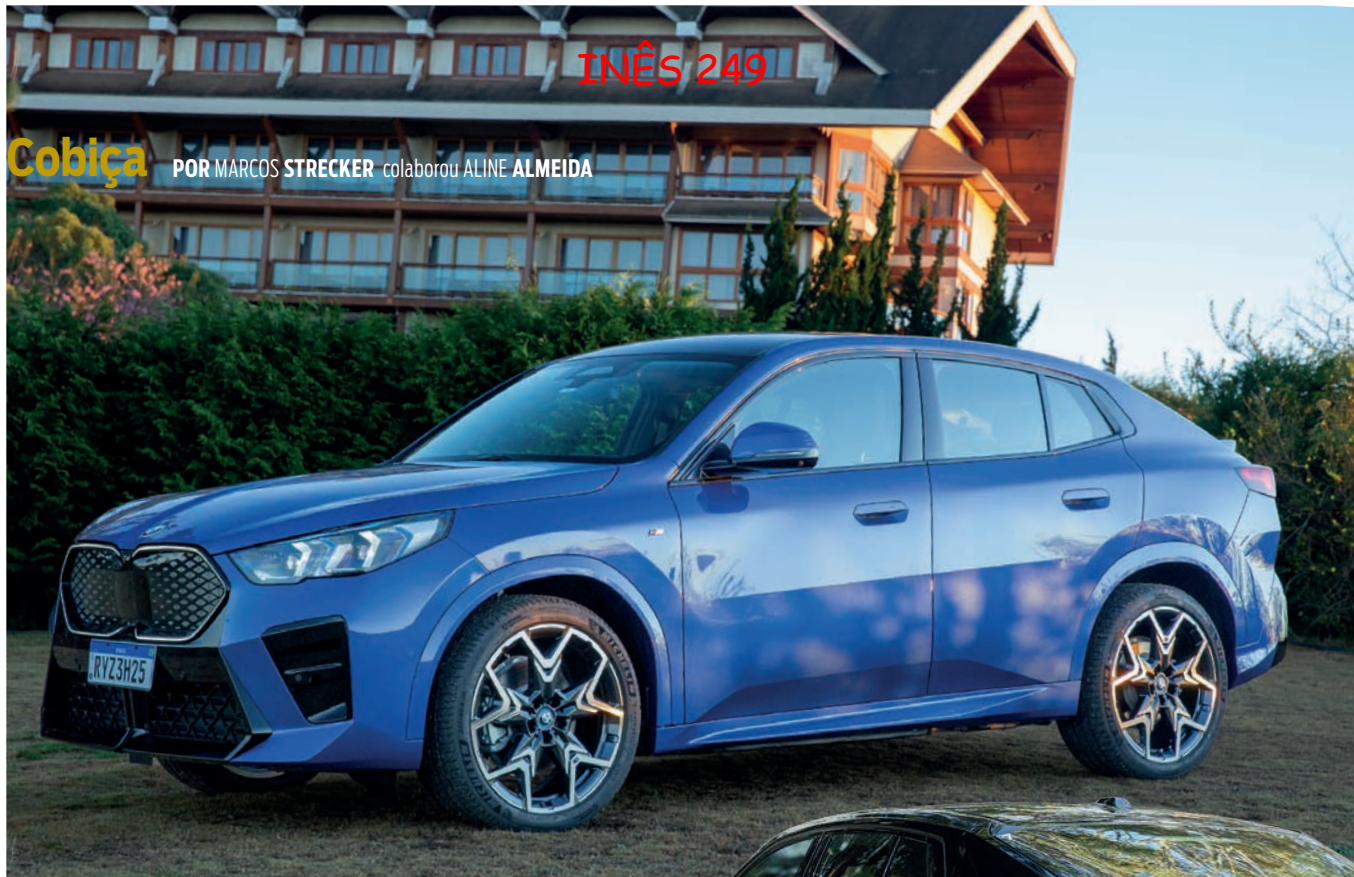
Reparar os danos ambientais causados pelo descarte é um trabalho árduo que requer, acima de tudo, o compromisso e a conscientização da indústria e do varejo. A educação ambiental no meio corporativo tem se mostrado uma alternativa eficaz para contribuir na construção de negócios mais sustentáveis e comprometidos com o futuro do planeta. Desde sua fundação em 2016, a foodtech conseguiu destinar 15 mil toneladas de alimentos, complementando 27 milhões de refeições.

17%

DOS ALIMENTOS PRODUZIDOS GLOBALMENTE PARA CONSUMO HUMANO SE PERDEM ENTRE A COLHEITA E AS PRATELEIRAS DOS SUPERMERCADOS ANUALMENTE

Além de promover uma gestão inteligente às doações de alimentos e reduzir os impactos negativos da exclusão de excedentes, a Connecting Food coloca o ESG no centro da estratégia das empresas da cadeia de alimentos, direcionando suas ações para apoiar o setor a cumprir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU (Organização das Nações Unidas).

Em 2021, a Connecting Food fundou a iniciativa 'Movimento todos à mesa' em parceria com o iFood, sendo a primeira fusão do País entre empresas e organizações com o objetivo de fortalecer as redes de redistribuição e articulação para o combate à fome. Atualmente, a empresa atende 600 OSCs em todos os estados brasileiros. Entre seus clientes está o Assaí Atacadista, que destinou, de acordo com o seu relatório anual de sustentabilidade do ano passado, 250 toneladas, que beneficiaram mais de 23,7 mil famílias em parceria com 119 instituições sociais. Assim, a Connecting Food usa sua fome de dados para diminuir a fome das pessoas.

POR MARCOS **STRECKER** colaborou ALINE **ALMEIDA**

COUPÉS ESPORTIVOS

OS NOVOS BMW X2 E BMW IX2

Dois modelos chegam ao Brasil reforçando o investimento da BMW no conceito de coupés esportivos. Há 17 anos, a marca alemã foi questionada por esse design diferente em relação aos outros modelos do mercado. Mas a aposta da montadora se impôs. O novo BMW X2, a gasolina, cresceu 19,4 cm em comprimento em relação ao seu antecessor, chegando a 4,55 m. Aumentou 2,1 cm em largura (totalizando 1,84 m), e mais 6,4 cm em altura (1,59 m). O porta-malas tem capacidade que varia de 560 a 1.470 litros, dependendo do rebatimento dos bancos. Já o BMW iX2, elétrico, oferece espaço entre 525 e 1.400 litros por conta das baterias. Na dianteira, o visual dos dois inclui faróis de LED adaptativos e uma grade quase hexagonal. As rodas são de 20 polegadas nos dois. Por dentro, eles são praticamente idênticos. O destaque fica para o cockpit, uma tela curvada composta por duas peças de 10,25" (painel de instrumentos) e 10,7" (multimídia). A única diferença entre X2 e iX2 são os paddle-shifts, utilizado no X2 a combustão para troca de marchas e no iX2 para ativar o boost temporário de potência.

Para a motorização, o BMW X2 usa um motor Turbo 2.0 litros, com quatro cilindros em linha, de 204 cv. O câmbio é automático de 7 marchas. Acelera de 0 a 100km/h em 7,4 segundos e a velocidade máxima é de 231 km/h. Já o BMW iX2 é movido por dois motores, localizados um em cada eixo, que fornecem uma potência combinada de 230 kW/306 cv. Essa versão acelera de 0 a 100 km/h em 5,6 segundos e carrega 100% de sua bateria em 6h30m, desenvolvendo até 337 km de alcance. Para viagens, um carregador de alta potência portátil acompanha o carro. Em termos de conectividade, os dois modelos fornecem serviços como chamada de emergência e navegação com informação de trânsito em tempo real. Há ainda os serviços remotos por meio de app, permitindo trancar e destrancar as portas, buzinar, climatizar e localizar o veículo. O BMW X2 xDrive20 M Sport sai por R$ 388,9 mil, enquanto o BMW iX2 xDrive30 M Sport sai por R$ 443,9 mil.

NOVA GERAÇÃO DA MARCA ALEMÃ
O BMW iX2 *(no alto)*, elétrico, tem dois motores com potência combinada de 306 cv e alcance de 337 km. Já o BMW X2 *(acima)*, a gasolina, possui motor turbo de 2.0 litros com potência de 204 cv

CHAMPAGNE

A TRADIÇÃO SECULAR DO **ALFRED GRATIEN**

O grupo Henkell Freixenet, líder mundial na comercialização de espumantes, está incorporando em seu portfólio um champanhe de tradição: o Alfred Gratien. Com 160 anos, a maison Alfred Gratien, situada em Côte des Blancs, está na quarta geração de produtores. O conhecimento hereditário manteve a tradição de processos 100% artesanais. Os rótulos apresentam uma combinação de Chardonnay, Pinot Noir e Pinot Meunier. O processo de vinificação é realizado exclusivamente em barricas de carvalho, e os cuvées não passam por fermentação malolática, o que preserva o caráter original da fruta. Já no vale do Loire, em Saumur, a maison se uniu a Jean-Albert Meyer para produzir o Gratien & Meyer, um crémant (espumante fino com o método champenoise, mas sem a denominação de origem) que tem sua colheita realizada inteiramente à mão. O Alfred Gratien Branco e o Alfred Gratien Rosé saem por R$ 565. Já os rótulos Gratien & Meyer Brut Branco e Brut Rosé custam R$ 275.

LUXO DE CAMPEÃO

JOIA INSPIRADA EM **AYRTON SENNA**

Para lembrar os 30 anos da morte de Ayrton Senna, a Okubo Men, marca criada pelo grupo Julio Okubo, lança uma coleção de joias inspirada nas conquistas do piloto. A coleção é formada por sete grupos, incluindo pingentes, anéis e pulseiras em ouro amarelo, ouro branco, diamantes, fibra de carbono e pérolas. A Coleção Ayrton Senna by Okubo Men inclui símbolos do automobilismo e todas as peças representam momentos marcantes da carreira de Senna, como o “duplo S”, o icônico capacete e o símbolo da “sexta marcha”, que remete à sua vitória em 1991 no GP do Brasil, pilotando a McLaren com apenas a sexta marcha nas últimas voltas. O anel em ouro branco e fibra de carbono da foto sai por R$ 8.563. A pré-venda e o lançamento oficial das peças acontecem no fim de julho pelo e-commerce da joalheria brasileira: www.juliookubo.com.br

PARA MERGULHADORES

PANERAI APRESENTA SUBMERSÍVEL ELUX LAB-ID

Renomada por seus instrumentos subaquáticos de alta relojoaria, a Panerai lança uma inovação que valoriza a luminescência dos mostradores, inspirada por arquivos históricos (a marca desenvolveu o Elux, tecnologia patenteada em 1966). O novo relógio possui uma caixa em titânio ceramizado em tom de azul. Inclui um indicador linear de reserva Power Light e um pequeno indicador de segundos na posição das 9 horas. A moldura giratória é iluminada no sentido anti-horário. Os índices e o ponteiro das horas são acentuados com SuperLuminova® X2 verde, enquanto os minutos e os pontos na moldura são iluminados pela SuperLuminova® X1. Vem com uma pulseira azul de borracha e uma segunda pulseira bimaterial. A tiragem é limitada a 150 peças (50 peças por ano durante três anos). O preço é fornecido apenas sob consulta, mas gira em torno de R$ 600 mil.

QUEM VÊ MODA NÃO VÊ

Caso da sustentabilidade financeira da Burberry coloca luz ao fato de que é preciso ir além dos bons desfiles e da tradição para ganhar dinheiro no luxo

Paula CRISTINA

Como marcas de sucesso no luxo ganham o olhar atento de consumidores ávidos por exclusividade? Alguns caminhos são conhecidos. Um estilista genial com feeling certeiro para alta costura. O capital privado que eleva uma marca a ponto de torná-la um fetiche. Uma família talentosa que sustenta, por anos, um sonho até galgar o topo. São muitas as formas de chegar lá, mas, invariavelmente, só um jeito de se manter: sustentabilidade financeira. A mesma lógica usada pela costureira de bairro precisa ser aplicada, guardadas devidas proporções, à alta costura. A coluna da receita tem de superar a das despesas. Tentando reencontrar esse equilíbrio, a marca de luxo Burberry vive dias desafiadores. Queda de 22% nas vendas, suspensão da distribuição de dividendos e troca de CEO. O executivo Jonathan Akeroyd, que anunciou os resultados do primeiro semestre, renunciou ao cargo logo em se-

RESULTADOS

NA PASSARELA Marca de luxo inglesa vive o dilema dos eventos de moda serem um sucesso, mas as vendas nas lojas nem tanto

guida e chamou de “decepcionante” os resultados obtidos no segundo trimestre. “O nosso desempenho trimestral é decepcionante. Avançamos rapidamente com nossa transição criativa em um mercado de luxo que está se revelando mais desafiador do que o esperado”, disse.

Tanto do ponto de vista do negócio, quanto do ponto de vista da moda, quem avaliava a empresa já notava alguns sinais de enfraquecimento. Michael Schober, professor de negócios da moda na Parsons — The New School for Design escreveu em um artigo de fevereiro deste ano sobre tal descompasso. “As tradicionais marcas de luxo, em especial as europeias, como a Burberry, resguardam para os desfiles os sopros da inovação e do choque, mas recheiam suas lojas com produtos tradicionais, considerados até bregas”, disse. Na análise do professor, a identidade do jovem que consome artigos de luxo envolve soluções que refletem os traços dos novos tempos, ainda mais em um universo cada vez mais concorrido. “Hoje há luxo em todos os âmbitos do consumo. Não é possível dizer que o cliente gasta menos com luxo, como afirmam as marcas que perderam venda, mas é correto entender que ele gasta em mais lugares, o que é um desafio e tanto”, afirmou.

CAMINHO Hoje, a Burberry é uma das maiores e mais conhecidas marcas da Grã-Bretanha, e a necessidade de revisão do negócio já vinha sendo cobrada pelos investidores desde 2018, quando Christopher Bailey, diretor criativo, deixou a marca. O estilista é reconhecido entre os 20 maiores do século XXI, o que ajudava a sustentar o fetiche do consumidor por suas assinaturas. O mesmo sucesso não aconteceu com Ricardo Tisci, que ocupou seu lugar, mas parecia ter menos sinergia com o propósito já consolidado pela Burberry. E o resultado foi o enfraquecimento das vendas. Já sob a gestão de Akeroyd, a empresa tentou se reposicionar e, para isso, trouxe para a direção criativa Daniel Lee, em 2023. O anúncio foi cercado de comoção devido ao seu sucesso na Bottega Veneta — assim como sua saída cheia de especulações nunca esclarecida. Neste momento, a decisão era apostar em coleções luxuosas e com ar retrô ou, como definiu Lee, “uma viagem à essência da moda”. A estratégia não deu os resultados financeiros esperados.

Quem entra na Burberry com o desafio de resolver a questão é Joshua Schulman, ex-CEO das grifes Michael Kors e Coach. Inicialmente o plano é voltar a se conectar com a faixa de clientes abastados, mas trazer opções também para os menos endinheirados que são antenados no mundo fashion. Essa, inclusive, foi a solução adotada por Schulman quando ele assumiu a Coach e reposicionou a marca, tentando ganhar novos mercados. Mais um caminho possível para o sucesso das empresas que, além do auge nas passarelas, precisam pensar em quão na moda está seu balanço financeiro. S

FUTURO Plano do novo CEO, Joshua Schulman, é oferecer nas lojas muitos artigos de luxo, mas ter opções de itens com menor valor para ampliar o número de clientes

Dinheiroemação

POR PAULA CRISTINA

FINTECH

DELEND QUER FATURAR R$ 80 MILHÕES EM 2024

A transformação no meio de pagamento e no avanço nas novas tecnologias para finanças abriram um caminho promissor para empresas como a Delend. Com autorização do Banco Central para funcionar como instituição de pagamento, a fintech vê potencial de faturamento de R$ 80 milhões.

Segundo **Licio Carvalho**, cofundador e CTO da Delend, a empresa vem registrando um crescimento anual de 40% e, com a nova licença, as expectativas para 2024 envolvem receita anual recorrente (ARR) estimada entre R$ 100 milhões e R$ 120 milhões nos próximos 12 meses. O caminho para o sucesso, explica o executivo, é focar nas pequenas e médias empresas. "Direcionamos nossos esforços para um problema bem específico e significativo: o conhecimento completo e a automação das etapas para as PMEs obterem crédito e assim destravar o potencial da Duplicata Eletrônica", detalha.

Na prática, agora a empresa poderá integrar soluções de Inteligência Artificial ao Open Finance, habilitando agentes financeiros com IA para automatizar a obtenção de crédito. "Estamos desenvolvendo processos totalmente integrados com dinheiro programável, projetados para facilitar a vida dos nossos clientes. Imagine uma duplicata em que a conta do recebível é completamente programável e direcionada diretamente para o comprador do título. Esse é o principal desafio dos recebíveis que utilizam boletos como forma de pagamento", afirma.

183 milhões Foi o valor pago pela Smart Fit para a compra Velocity. Ao todo, a Velocity tem 103 academias, que serão incorporadas à Smart Fit. À CVM, a Smart FIt disse que vai pagar R$ 163 milhões aos acionistas da Velocity ao fim da transação, e R$ 20 milhões serão pagos após cumpridas as metas contratuais.

11 trilhões Foi o volume movimentado via pix no primeiro semestre, segundo o Banco Central. O método de pagamento teve mais de 28 bilhões de transações. Segundo o BC, o dado confirma a assertividade da iniciativa e dá segurança para a continuidade do Open finance e ampliação das alternativas de pagamento.

VAREJO

AMERICANAS TEM NOVO SÓCIO MISTERIOSO

Americanas, em recuperação judicial, informou que o acionista **Inácio de Barros Melo Neto** atingiu posição equivalente a 12,52% do total de ações ordinárias da varejista. Melo Neto possui 113 milhões de ações ordinárias (ON) da Americanas. O investidor disse que não pretende alterar a estrutura acionária ou de controle da companhia, mas obter lucros em uma futura venda.

A Americanas divulgou no início de julho que seus acionistas de referência — o trio de bilionários Jorge Paulo Lemann, Marcel Telles e Carlos Alberto Sicupira — além de afiliados deles, passariam a deter 49,2% do capital social da companhia após um aumento de capital.

Até meados de fevereiro de 2023, a empresa informava que o trio de bilionários detinha 30,12% das ações da Americanas, equivalente a 271.834.960 de papéis.

Enquanto a empresa tenta se reerguer financeiramente, o Ministério Público Federal no Rio de Janeiro pediu à Justiça Federal que seja decretada a extradição do ex-CEO do Grupo Americanas Miguel Gutierrez, que vive em Madri, na Espanha. O executivo é investigado pela fraude bilionária na companhia varejista.

NEM TUDO PRECISA SER ÚTIL

LUÍS GUEDES
PROFESSOR DA FIA BUSINESS SCHOOL

A industrialização do século XIX, potencializada pelo avanço tecnológico sem precedentes na história, deixou marcas tão profundas na nossa cultura que parece que sempre fomos assim, conectados, acelerados, focados. Ocorre, eficiente leitora, ágil leitor, que esse modo utilitarista, onde as coisas precisam o tempo todo "fazer sentido" é uma construção social relativamente recente (e francamente muito chata).

A tecnologia da vez (que também responde por IA), está pronta para revolucionar de novo nosso trabalho e simplificar radicalmente as tarefas rotineiras. Passou da hora de voltarmos nossa atenção para o que importa para nosso desenvolvimento e sobretudo daqueles que dependem de nós. Correr sem parar não está com nada.

Uma das obras mais antigas que conhecemos, anterior até ao Velho Testamento, conta a história do rei da ilha de Ítaca, que volta para casa depois de ser convocado para lutar em uma guerra que não era sua e que durou dez anos. Na Odisseia de Homero, Ulisses passa por perigos, desafios à sua inteligência e sagacidade e encontra na Natureza e na amizade a energia que move sua jornada de volta para casa. Sua vontade de voltar é tanta que Ulisses renuncia à vida eternamente jovem em um paraíso, dengosamente oferecida pela deusa Calipso. Mesmo com essa vontade de ferro e uma missão louvável, Ulisses não se perde, e executa somente a missão. Ele se deixa ficar na Ilha dos Lotófagos, atravessa a perigosa passagem próxima à Ilha das Sereias e decide visitar o gigante Polifemo, que vive segundo outra lei, como tão dramaticamente descobrirá. A beleza transcendental dessa viagem está nas aventuras, que em nada partem da pergunta se "fazem sentido".

> "Já passou da hora de voltarmos nossa atenção ao que importa para o nosso desenvolvimento e, sobretudo, daqueles que dependem de nós. Correr sem parar não está com nada"

Tristemente todos sabemos o que significa esgotamento no ambiente de trabalho e que a saúde mental é uma das principais questões de mundo contemporâneo, afetando mais de 1 bilhão de pessoas, de acordo com a OMS. Para muito além de empresas ou setores específicos, há fatores subjacentes mais profundos em jogo. Estar sempre ocupado é uma droga, uma flor de lótus, que nos inebria e afasta de uma jornada que pode ser mais interessante, multifacetada, com aventuras e até mesmo caminhos que não levam para lugar algum. Dizem que sucesso é levantar-se depois de cair. Penso que aproveitar a queda e ficar um pouco na grama, vendo o céu, pode ser uma forma interessante de vitória também...

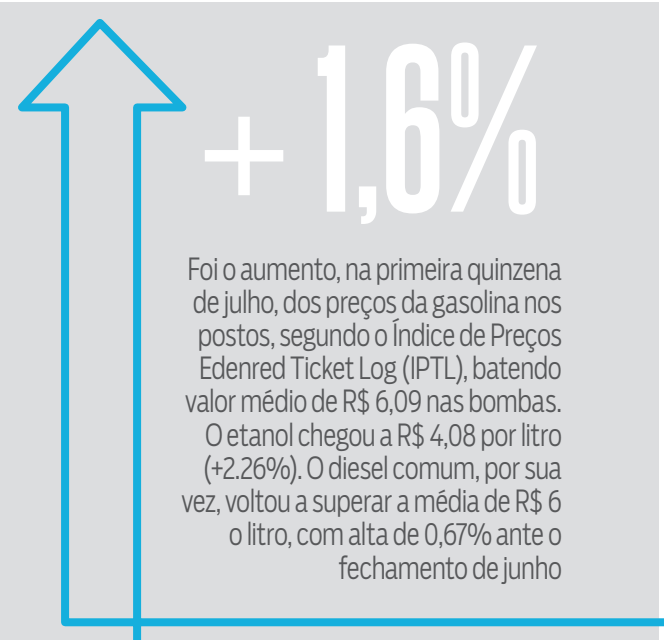
Vivemos em estado perpétuo de estimulação. Nem dentro do elevador temos paz – entre o térreo e o sétimo andar ficamos sabendo da alta do dólar e que nosso time perdeu. A liderança, que é observada o tempo todo pelo time (não duvide disso) precisa de energia, espaço na agenda e dedicação para olhar criticamente a realidade. Como fazer isso quando só se tem tempo para as coisas que "fazem sentido"?

A narrativa atemporal de Homero nos desafia a cultivar a prática da contemplação e o senso de aventura. Espero da liderança um olhar crítico e de resistência à lógica do busyness (assim mesmo, com y), onde se manter ocupado é sinal de status. A capacidade de resiliência e o crescimento pessoal demandam mais atenção do que as franjas do tempo podem nos dar. Não faça sentido o tempo todo, por favor.

O CPI [ÍNDICE DE PREÇOS AO CONSUMIDOR] DOS EUA CONSOLIDA UM AMBIENTE MUITO MAIS BENIGNO PARA FRENTE. ACHO QUE ABRE UMA JANELA BOA. A GENTE DEVE TER UMA CALMARIA, APESAR DAS ELEIÇÕES AMERICANAS

ROGÉRIO CERON,
secretário do Tesouro Nacional

+ 1,6%

Foi o aumento, na primeira quinzena de julho, dos preços da gasolina nos postos, segundo o Índice de Preços Edenred Ticket Log (IPTL), batendo valor médio de R$ 6,09 nas bombas. O etanol chegou a R$ 4,08 por litro (+2.26%). O diesel comum, por sua vez, voltou a superar a média de R$ 6 o litro, com alta de 0,67% ante o fechamento de junho

R$

200 bilhões Foi o volume estimado em ações potencialmente vendidas à acionistas no caso da privatização da Sabesp. O número foi obtido à partir do bookbuilding da oferta pública, um mecanismo usado para medir o interesse em um ativo. Fundos de investimentos e estrangeiros estão no topo dos mais interessados.

US$

10,6 trilhões É a cifra obtida em ativos sob gestão da BlackRock, um crescimento anual de US$ 1,2 trilhão. A maior gestora de ativos do mundo afirmou que a superação da marca de US$ 10 trilhões foi parcialmente atribuída ao crescente fluxo de entradas em fundos negociados em bolsa (ETFs).

- 5,5%

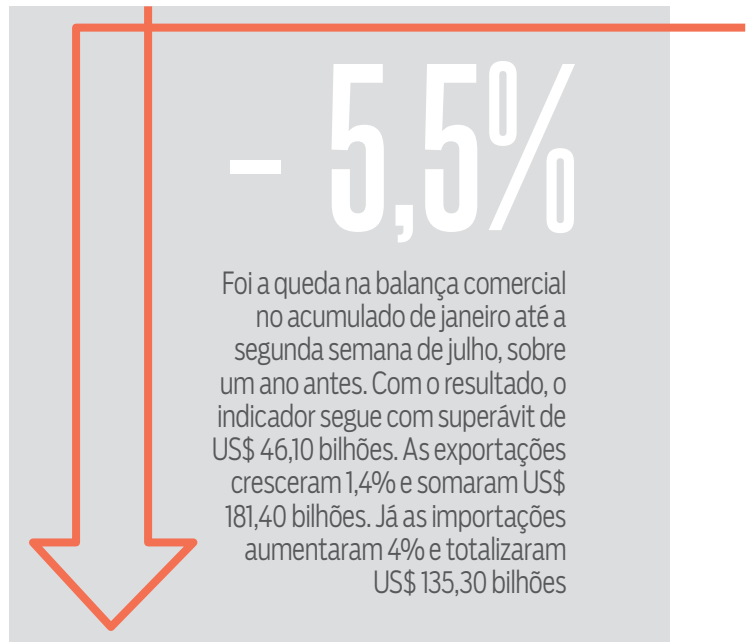
Foi a queda na balança comercial no acumulado de janeiro até a segunda semana de julho, sobre um ano antes. Com o resultado, o indicador segue com superávit de US$ 46,10 bilhões. As exportações cresceram 1,4% e somaram US$ 181,40 bilhões. Já as importações aumentaram 4% e totalizaram US$ 135,30 bilhões

O atentado contra Donald Trump, candidato republicano à Presidência dos Estados Unidos, tem reflexos que vão além da política. Além de dólar, juros e petróleo, o ataque fez preço no bitcoin subir. Na segunda-feira (15), a maior criptomoeda em valor de mercado avançou 4,21%. Mas, além dela, as Memecoins – criptomoedas criadas a partir de tendências na internet ou com objetivo humorístico – inspiradas no candidato republicano disparam mais de 50%. O memecoin MAGA (sigla para Faça a América Grande Outra Vez), baseada em ethereum, subiu de US$ 6,31 para US$ 10,36 no sábado (13), devido ao ataque. O valor de mercado da criptomoeda saiu de US$ 293 milhões para US$ 469 milhões em 45 minutos.

 FOTO: FLICKR

INÊS 249

ECONOMIA CIRCULAR NÃO É RECICLAGEM, MAS DEPENDE DELA

BEATRIZ LUZ
É FUNDADORA E DIRETORA DA EXCHANGE 4 CHANGE BRASIL E DO HUB DE ECONOMIA CIRCULAR BRASIL

É inegável que muitas conversas "circulares" ainda giram em torno da valorização de resíduos, como se a cadeia da reciclagem devesse ser capaz, por si só, de resolver todos os problemas socioambientais atrelados ao atual modelo de produção e consumo. Mas, com o Brasil avançando no debate e a economia circular se tornando estratégia nacional, precisamos falar das diferenças e interseções entre as duas agendas.

A economia circular nasce em um contexto global em que a otimização de processos e ganhos de eficiência não são mais suficientes para aumentar a competitividade. A "destinação adequada de resíduos" se tornou muito mais abrangente do que uma negociação bilateral de prestação de serviços e compliance, e a indústria não pode mais pensar suas decisões de forma isolada, pois suas responsabilidades extrapolam as fronteiras da empresa e permanecem, inclusive, após a venda de um produto.

A preocupação com redução de custo é permanente entre os atores da cadeia produtiva, mas, ao repensar processos, indicadores e relações comerciais para que o descarte não exista, a circularidade transforma o olhar de custo em um de investimento. Isso pode garantir benefícios como a redução das emissões globais em 40% até 2050.

O diferencial competitivo passa, então, a estar no início do processo e nas novas formas de atrair e fidelizar os clientes, o que inclui o redesenho de produtos para que sejam mais duráveis e possam ser reparados e compartilhados. Nesse sentido, é evidente que a reciclagem é uma parte fundamental da economia circular, mas, infelizmente, ainda reciclamos muito pouco: por conta do desequilíbrio econômico da cadeia linear, em torno de 4% a 5% do total dos materiais recicláveis são realmente reciclados.

Como parte do processo circular, é preciso investir e reconhecer o papel social e ambiental da reciclagem. Quando reciclamos os materiais, geramos renda ao longo da cadeia, diminuímos a necessidade de extração de recursos naturais e minimizamos resíduos e a poluição, potencializando a capacidade de regeneração do nosso planeta.

A economia circular é um conceito bem mais amplo e lucrativo do que a reciclagem. Embora a reciclagem seja, sem dúvida, uma etapa necessária, quando produtos são concebidos, desde o início, para serem reutilizados, reparados e remanufaturados, é a partir daí que o valor é agregado, a poluição, minimizada e o desperdício, mitigado. Até 80% do impacto de produtos pode ser reduzido na fase de concepção, segundo o Plano de Ação Europeu, o que significa um enorme potencial para mudar as regras do mercado.

A transição exige ações conjuntas do poder público, da iniciativa privada e da sociedade. Sem um olhar integrado de todos os elos, a indústria vai continuar enxergando resíduos, reciclagem e logística reversa como custo ao negócio, sem perceber os benefícios da circularidade para a sociedade e nas discussões de ESG, clima e Netzero. É fundamental uma mudança no *mindset* para a estruturação de cadeias reversas, para que o "gasto" passe a ser considerado um investimento em uma matéria-prima de baixo carbono.

Para isso, a integração entre os atores da cadeia é obrigatória. Afinal, de que adianta investir em energia solar e não saber onde os painéis fotovoltaicos irão parar quando quebrarem? Por que fortalecer o elo dos catadores se as marcas não estão aplicando valor às matérias-primas secundárias? Para que serve o design circular se focarmos apenas na fase de uso dos produtos e não olharmos para o pós-uso e a mudança de comportamento? Para todas essas perguntas, a resposta está no olhar sistêmico e no desenvolvimento de mercados, incluindo os novos questionamentos que devem ser feitos para definir negócios e financiamento circular.

Caso contrário, vamos continuar vendo resíduos como custo e reciclagem como compromisso legal, sem perceber as oportunidades da economia circular, que pode gerar benefícios na faixa de R$ 7,2 trilhões até 2030. Um novo modelo de governança – em que a reciclagem exerce, sim, um papel especial – é capaz de transformar nossa relação com o planeta e uns com os outros. S

INÊS 249

ARTIGO

POR **VITORIA SADDI***

MAIS SOBRE DESINFLAÇÃO E *SOFT LANDING* NOS EUA

A possível queda de juros em setembro deve confirmar o êxito da estratégia do Fed de baixar a inflação sem aumento no desemprego

Escrevi em artigo anterior que a queda da inflação nos EUA estava ocorrendo sem uma deterioração no nível de emprego e folha de pagamento. Desde então, os dados continuam corroborando tal visão. O "core PCE" em 12 meses – a medida usada pelo Fed – caiu de 2,6% para 2,4% de maio para junho. Apesar de estar acima da meta do Fed de 2%, existe uma clara tendência de queda da inflação nos EUA. Os dados do *non farm payroll* de junho vieram acima do esperado (206 mil contra expectativa de 180 mil), mas houve uma leve alta do desemprego (de 4% para 4,1%). Eu havia argumentado que a curva expressa pela diferença entre os títulos de 10 e 2 anos tinha um spread negativo, significando um prenúncio de recessão. O spread negativo ainda existe. No entanto, a diferença vem caindo, indicando que a expectativa de recessão está diminuindo. Meu intuito é argumentar que oFed está conseguindo trazer a inflação para a meta de 2% sem provocar uma recessão aberta na economia.

O Fed possui um mandato duplo. Assim, os objetivos de política monetária devem ser tais que atinjam tanto a estabilidade de preços como um nível de emprego sustentável. Nesse sentido, o mercado de trabalho não pode estar tão aquecido a ponto de induzir pressões de custos na inflação. Por outro lado, o desaquecimento do mercado de trabalho pode levar a uma alta do desemprego, acima do nível "natural" de 4%. Uma alta do desemprego pode significar que o Fed não está cumprindo uma parte do *dual mandate* no tocante ao nível de emprego. Em síntese, esse mandato duplo sinaliza ao mercado que o Fed irá perseguir a meta de inflação (em tempo contínuo) de 2% sempre levando em consideração o custo em termos de alta do desemprego. Em termos bastante simplificados, o Fed quer ambos: desemprego baixo e inflação baixa e estável. Até o presente momento, tal mandato duplo eram apenas palavras ao vento. Ou seja, em todas as situações anteriores de mais de 30 anos de dados da economia americana percebia-se que a presença de uma inversão da curva de juros era um prenúncio de recessão. No período que se seguia havia queda no PIB e alta do desemprego que ficava bastante acima do nível natural.

E o que mudou na situação atual? Teoria econômica não muda, por isso é tão potente e perene. O que mudou foi a realidade. A queda da inflação está ocorrendo sem um aumento no desemprego porque a curva de oferta agregada da economia está se deslocando para a direita e expandindo a produtividade do sistema. Isso vem sendo refletido com o boom das ações de tecnologia, mais especificamente devido à alta das ações das empresas ligadas à Inteligência Artificial. É por isso que tanto o S&P500 quanto o Nasdaq estão subindo. Os mercados estão refletindo o aumento dos *valuations* dessas empresas. Descarto a hipótese de bolha sobretudo porque bolhas são fenômenos irracionais pautados por um frenesi do mercado que termina por explodir, sem que ninguém saiba prever o quando e as razões para tanto. Bitcoin foi uma bolha? Explodiu? A crise de 2008 talvez tenha sido uma bolha? E o Nasdaq nos anos 2000? Explodiu? O fato a ser enfatizado é que o aumento da produtividade da economia americana e o crescimento da oferta agregada daquela economia é o fator que está explicando o fenômeno inédito do *soft landing* (pouso suave). Afirmei num artigo aqui no ano passado que seria um fato inédito se o Fed conseguisse trazer uma inflação de 10% para 2% sem produzir uma recessão, ainda que pequena. Hoje percebo com mais certeza que a autoridade monetária foi privilegiada com o boom da Inteligência Artificial, e isso vem aumentando a produtividade, baixando os custos e permitindo que haja queda da inflação sem aumento no desemprego.

Resta ainda mencionar que sem a credibilidade imaculada do Fed (a ideia do "*readmylips*"), a história contada acima não teria acontecido. Não há dúvidas de que o Fed está comprometido com a queda da inflação e está sendo cauteloso ao anunciar a primeira queda de juros, que deverá ocorrer em setembro próximo. S

**VITORIA SADDI é estrategista da SM Futures. Dirigiu a mesa de derivativos do JP Morgan e foi economista-chefe do Roubini Global Economics, Citibank, Salomon Brothers e Queluz Asset, em Londres, Nova York e São Paulo. Também foi professora na California State University, na University of Southern California e no Insper. É PhD em economia pela University of Southern California.*

INÊS 249

INÊS 249
seu
NEGÓCIO
É O NOSSO
negócio
O mundo é cheio de pessoas e empresários peculiares, mas quando eles se encontram dá negócio. E ajudando este e diversos outros tipos de negócios a acontecerem está a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo ou CNC, para os íntimos.
A CNC existe para dar suporte e defender as empresas brasileiras, garantindo um ambiente de negócios favorável a todos. E quando falamos todos, são todos mesmo. Até os peculiares. Afinal, seu negócio é o nosso negócio.
Assista ao vídeo
CNC
Sesc
Senac
portaldocomercio.org.br